

**ANALISIS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DI
OPTIK SAUDARA PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:
SALMA FIRDA WIJAYANTI EKA PUTRI
NIM: 21240933

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

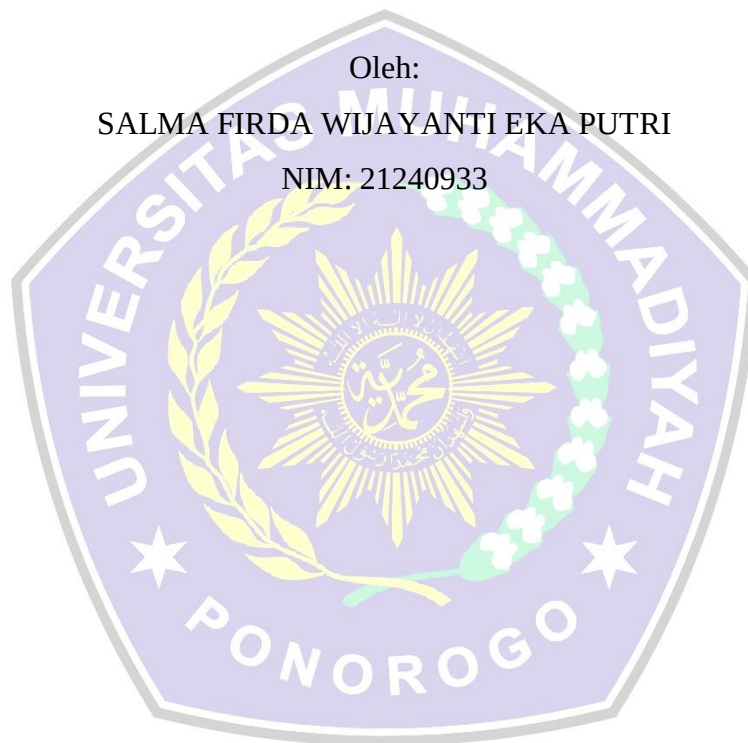
**ANALISIS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DI OPTIK
SAUDARA PONOROGO
SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik di Jurusan
Ilmu Komunikasi

Oleh:

SALMA FIRDA WIJAYANTI EKA PUTRI

NIM: 21240933



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN LOGO



HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Salma Firda Wijayanti Eka Putri/21240933 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 1 Juli 2025

Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Pembimbing II



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Salma Firda Wijayanti Eka Putri ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

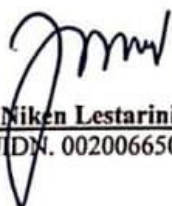
Pada hari : Jum'at

Tanggal : 11 Juli 2025

Pukul : 10.15–11.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I


Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503

Penguji II

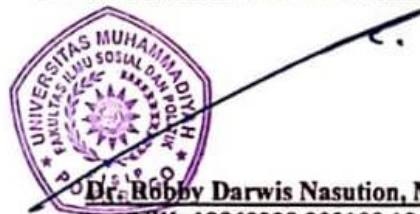

Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Penguji III


Ayub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN. 0725038605

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,


Dr. Robby Darwis Nasution, M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salma Firda Wijayanti Eka Putri

Alamat : Jl. Ramawijaya Gang I, No. 10, Surodikraman, Ponorogo

No. Identitas (NIM) : 21240933

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

Analisis Integrated Marketing Communication di Optik Saudara Ponorogo

Adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Salma Firda Wijayanti Eka Putri)

HALAMAN MOTTO

“Your image is reflection of your communication. Speak with integrity, listen with empathy, and your true self will shine through”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. Atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis *Integrated Marketing Communication* di Optik Saudara Ponorogo”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan hati tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan ramhat serta karunia dalam pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi sampai terselesaikan hingga akhir.
2. Kedua orang tua penulis, Bapak Rony Wijanarko dan Ibu Riyanti, A.Md. Kep. yang telah memfasilitasi dan mengizinkan dalam menempuh pendidikan kuliah ini, selalu memberi dukungan dan perhatian penuh kepada penulis, memberikan doa yang terbaik untuk kelancaran dan kesuksesan putrinya. Terima kasih telah memastikan dan menjaga putrinya untuk tetap sehat dan kuat selama proses menempuh pendidikan sarjana ini dan dalam menghadapi ujian yang datang.
3. Adik penulis, Iqbal Zaki Dwi Saputra, yang mendukung saat di rumah dalam proses menyusun skripsi ini.
4. Seorang laki-laki yang saya sayangi yang telah mendampingi lebih dari 2 tahun ini, yang telah memberi saran, mengayomi, dan senantiasa memberikan dukungan moral, semangat, dan doa yang tulus selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu menemani yang tak tergantikan, pengertian

di setiap keterbatasan waktu, serta keyakinan yang terus menguatkan saya untuk tetap berjuang dengan keyakinan penuh untuk bisa menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran dan perhatian yang diberikan telah menjadi sumber motivasi yang berarti, mengajarkan bahwa keberhasilan tidak hanya diukur dari hasil akhir, tetapi juga dari perjalanan dan orang-orang yang setia berjalan bersama di dalamnya.

5. Almamater Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah menjadi tempat menimba ilmu dan mengukir perjalanan meniti pendidikan selama kurang lebih 4 tahun untuk mendapatkan gelar sarjana yang membawa manfaat dan pengaruh untuk masa depan penulis.
6. Seluruh teman-teman program studi Ilmu Komunikasi dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah menemani, mendoakan, dan membantu dalam proses penelitian skripsi saya.
7. Diri sendiri yang paling utama, terima kasih karena telah mengupayakan untuk selalu berproses demi masa depan, berjuang untuk menyelesaikan pendidikan yang telah ditempuh. Bangga dengan diri ini karena sudah merangkul, merengkuh, menguatkan segenap jiwa, raga, dan batin sendiri untuk terus kuat selama ini, mengambil makna nilai-nilai di setiap perjalanan selama studi yang akan selalu menjadi memori yang tersimpan dalam benak dan pikiran. Semoga selalu bertemu hal-hal yang baik untuk ke depannya. Terima kasih diriku sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis *Integrated Marketing Communication* di Optik Saudara Ponorogo”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, S.IP, M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang bermanfaat dalam mendukung proses penyusunan skripsi hingga selesai.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Kedua orang tua, keluarga, dan seseorang yang penulis sayangi yang telah memberikan dukungan dan semangat pada saat proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Ivan Sutanto, selaku pihak atasan di bagian marketing/Public Relations di Optik Saudara Ponorogo dan sebagai informan utama dalam penelitian ini yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi terkait penelitian ini di Optik Saudara Ponorogo dengan respon yang sangat baik sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Kakak Maya dan beberapa karyawan lain yang tidak bisa saya sebutkan, selaku karyawan di Optik Saudara Ponorogo, sebagai informan yang telah memberikan informasi terkait penelitian ini dan mengarahkan saat observasi langsung di Optik Saudara Ponorogo sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Salsa dan Meylani selaku informan eksternal dalam penelitian ini yang juga telah memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo Angkatan 2021.
10. Teman-teman lain yang telah mendoakan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik, dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 1 Juli 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Salma', with a long, sweeping horizontal stroke extending to the right.

(Salma Firda Wijayanti Eka Putri)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
Manfaat Teoritis	6

Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Komunikasi.....	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.3 Teori <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	13
2.2 Kerangka Berpikir	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Tempat dan Waktu.....	17
B. Jenis Penelitian	17
C. Subjek Penelitian	17
D. Data dan Sumber Data.....	18
E. Teknik Pengumpulan Data.....	18
F. Validitas Data.....	19
G. Teknik Analisis Data	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Pendahuluan	23
4.2 Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Informan Penelitian.....	24
4.2.2 Informan Penelitian	25
4.3 Proses Pengumpulan Data	28

4.4 Penyajian Data (Temuan Penelitian).....	32
4.5 Analisis Data	60
4.6 Pembahasan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82
Lampiran 1 TRANSKRIP WAWANCARA	82
Lmapiran 2 DOKUMENTASI	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....	16
Gambar 2 Logo Optik Saudara.....	24
Gambar 3 Akun Media Sosial TikTok Optik Saudara Ponorogo.....	30
Gambar 4 Akun Media Sosial Instagram Optik Saudara Ponorogo.....	31
Gambar 5 Lampiran Dokumentasi Wawancara Informan.....	97



ABSTRAK

ANALISIS *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DI OPTIK

SAUDARA PONOROGO

Salma Firda Wijayanti Eka Putri

21240933

Optik merupakan salah satu usaha yang berjalan dalam bidang pelayanan dan penjualan produkacamata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis menggunakan teori pendekatan *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang ada di Optik Saudara Ponorogo, baik melalui strategi komunikasi langsung di toko maupun melalui media sosial, khususnya TikTok. IMC merupakan pendekatan yang menyatukan berbagai bentuk komunikasi pemasaran seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, dan personal selling dalam satu strategi terpadu untuk menciptakan pesan yang konsisten kepada konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran secara terpadu cukup efektif dilakukan di Optik Saudara Ponorogo, dimana telah menerapkan strategi dari unsur IMC secara langsung di toko melalui pelayanan personal, promosi penjualan rutin, dan komunikasi interpersonal. Sementara itu, melalui media sosial terutama TikTok, strategi dilakukan dengan memanfaatkan konten promosi kreatif, pendekatan yang mengikuti tren, serta penggunaan visual dan gaya komunikasi yang disesuaikan dengan audiens muda. Penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana penerapan IMC secara menyeluruh dapat mendukung efektivitas komunikasi pemasaran di era digital dan offline secara bersamaan.

Kata Kunci: *Integrated Marketing Communication*, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Optik, Strategi Komunikasi, Media Sosial, TikTok

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION AT OPTIK SAUDARA PONOROGO

Salma Firda Wijayanti Eka Putri

21240933

Optics is a type of business engaged in the service and sale of eyeglass products. This study aims to analyze the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) applied by Optik Saudara Ponorogo, both through direct communication strategies at the store and through social media, particularly TikTok. IMC is an approach that unifies various forms of marketing communication such as advertising, sales promotion, public relations, direct marketing, interactive marketing, and personal selling into one integrated strategy to deliver consistent messages to consumers. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques including interviews, observation, and documentation. The results show that integrated marketing communication is quite effectively carried out at Optik Saudara Ponorogo, where IMC strategies have been implemented directly at the store through personal service, routine sales promotions, and interpersonal communication. Meanwhile, through social media, especially TikTok, the strategy is carried out by utilizing creative promotional content, trend-following approaches, as well as visual elements and communication styles tailored to the young audience. This study provides an overview of how comprehensive IMC implementation can support the effectiveness of marketing communication in both digital and offline contexts simultaneously.

Keywords: Integrated Marketing Communication, IMC, Optic, Communication Strategy, Social Media, TikTok