

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN VIA
INTERNET PADA PT INDOMARET
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ana Reza
161110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN VIA
INTERNET PADA PT INDOMARET
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Ana Reza
161110013**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Ana Reza
NPM : 161110013
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul:

“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN VIA INTERNET PADA PT INDOMARET DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya saya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah di tulis atau di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis di kutipan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan pada daftar pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah skripsi ini dapat di buktikan sebagai unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang akan saya peroleh dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Batam, 20 Januari 2022

Materai 6000



Ana Reza
161110013

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN VIA
INTERNET PADA PT INDOMARET
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh Gelar Sarjana

Oleh
Ana Reza
161110013

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 22 Januari 2022



Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom
Pembimbing

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran merupakan suatu tindakan perencanaan yang dapat disatukan, menyeluruh dan terpadu yang dapat menguatkan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan ketepatan penyebaran informasi perusahaan serta mengenai apa yang hendak ditawarkan pada pasar sasaran. Strategi komunikasi pemasaran sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Semakin baik strategi yang diterapkan, maka akan semakin baik keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Tujuan peneliti: Untuk mengetahui bentuk strategi pemasaran online yang dilakukan PT Indomaret di Kota Batam, dan untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi pemasaran online yang dilakukan PT Indomaret di Kota Batam. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dengan mewawancarai 3 responden dengan metode *Sampling Purposive*. Wawancara dilakukan pada bagian admin, bagian pemasaran dan pengguna jasa internet pelayanan PT Indomart Kota Batam. Analisis dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas data yang terdiri dari uji *credibility*, dan uji *transferability*. Hasil analisis data diperoleh bahwa PT Indomart Kota Batam menggunakan strategi komunikasi pemasaran melalui instagram dan twitter dengan berbagai promosi dan pengiklanan yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kepuasan pada pelanggan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran Via Internet, Pemasaran Digital, Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

Marketing communication strategy is a unified, comprehensive and integrated planning action that can strengthen the company's strategy with environmental challenges designed to ensure the accurate dissemination of company information and about what it wants to offer to the target market. Marketing communication strategy is very influential on the success of the company in marketing the products or services offered. The better the strategy implemented, the better the company's success in achieving its goals. Research objectives: To find out the form of online marketing strategy carried out by PT Indomaret in Batam City, and to determine the application of online marketing communication strategies carried out by PT Indomaret in Batam City. This research method uses a qualitative approach. By interviewing 3 respondents with purposive sampling method. Interviews were conducted on the admin, marketing and internet service users of PT Indomart Batam City. The analysis in this study uses a data credibility test consisting of a credibility test, and a transferability test. The results of data analysis showed that PT Indomart Batam City used marketing communication strategies through Instagram and Twitter with various promotions and advertisements carried out to increase knowledge and customer satisfaction.

Keywords: Marketing Communication Strategy Via the Internet, Digital Marketing, Communications Marketing

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam, Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si
3. Ibu Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam
4. Dosen-Dosen Prodi ilmu komunikasi
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
6. Teman-teman prodi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam angkatan 2016
7. Orang Tua penulis, Bapak Farizal dan Ibu Suparmi
8. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 20 Januari 2022



Ana Reza

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Aspek Teoritis.....	9
1.5.2 Aspek Praktis	9
1.5.3 Aspek Sosial	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Teori Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Digital Marketing.....	10
2.1.2 Teori Strategi Komunikasi Pemasaran Interactive Marketing	11
2.2 Kajian Konsep	11
2.2.1 Konsep Komunikasi	11
2.2.2 Konsep Komunikasi Pemasaran	12
2.2.3 Konsep Strategi Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.4 Konsep Pemasaran Digital.....	15
2.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran	20
2.3 Penelitian Terdahulu	23
2.4 Kerangka Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian	42
3.2 Obyek Penelitian	44
3.3 Subyek Penelitian.....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44

3.5	Metode Analisis	47
3.6	Uji Kredibilitas Data	48
3.6.1	Uji Credibility.....	49
3.6.2	Uji Transferability	49
3.7	Lokasi dan Jadwal Penelitian	49
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	49
3.7.2	Jadwal Penelitian	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Profil Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Gambaran dan Objek Penelitian.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	52
4.2.1	Sejarah dan Profil Singkat Indomaret.....	52
4.2.2	Produk	53
4.2.3	Pemasaran	54
4.2.4	Pelayanan	56
4.2.5	Promosi	56
4.2.6	Pelatihan.....	57
4.2.7	Website.....	58
4.2.8	Aplikasi	59
4.2.9	Media Sosial	60
4.2.10	Hubungan.....	62
4.2.11	Pesaing.....	63
4.3	Pembahasan.....	63
4.3.1	Bentuk strategi komunikasi pemasaran <i>via internet</i> yang dilakukan PT Indomaret di Kota Batam	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Simpulan	69
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Permohonan Izin Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pemasaran Indomart Batam Via Instagram, 2021.....	6
Gambar 1.2 Pemasaran Indomart Batam Via Klik Indomaret, 2021	6
Gambar 1.3 Pemasaran Indomart Batam Via i.Saku, 2021	7
Gambar 1.4 Pemasaran Indomart Batam Via Website, 2021	7
Gambar 2.1 Hasil Olah Penulis.....	41
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	43
Gambar 4.1 Indomaret Kota Batam	53
Gambar 4.2 Produk Indomaret di Gerai Indomaret Kota Batam	54
Gambar 4.3 Produk Indomaret Via Internet	54
Gambar 4.4 Launching Indomaret	55
Gambar 4.5 Pelayanan Indomaret Kota Batam.....	56
Gambar 4.6 Promosi Produk Indomaret.....	57
Gambar 4.7 Pelatihan Karyawan Indomaret.....	58
Gambar 4.8 Website Indomaret (indomaret.co.id).....	58
Gambar 4.9 Klik Indomaret	59
Gambar 4.10 i.Saku Indomaret	59
Gambar 4.11 Indomaret Point.....	60
Gambar 4.12 Instagram Indomaret.....	61
Gambar 4.13 Youtube Indomaret.....	61
Gambar 4.14 Facebook Indomaret	61
Gambar 4.15 Twitter Indomaret.....	62
Gambar 4.16 Santunan Panti Asuhan dan Anak Yatim Piatu di Bida Asri.....	62
Gambar 4.17 Indomaret dan Alfamart.....	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1 Pedoman Observasi	45
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	50