



Menyatukan INDONESIA

Judul Skripsi:

**ANALISIS PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
PADA *SOCIAL BUSINESS***

(STUDI DESKRIPTIF PADA PT. YOT INSPIRASI NUSANTARA)

Nama : Dini Oktaviani

NIM : 1610411149



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, beserta semua sumber yang dikutip, maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dini Oktaviani
NIM : 1610411149
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Periklanan
Judul Skripsi : Analisis Penerapan *Integrated Marketing Communication* pada *Social Business* (Studi Deskriptif pada PT. YOT Inspirasi Nusantara)

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia diberikan sanksi.

Jakarta, 15 Januari 2021

Yang menyatakan,



Dini Oktaviani

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dini Oktaviani
NIM : 1610411149
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Periklanan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Analisis Penerapan *Integrated Marketing Communication* pada *Social Business* (Studi Deskriptif pada PT. YOT Inspirasi Nusantara)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Menyetujui dan Mengetahui,

Pembimbing Utama



(Lukman Saleh W., S.Ikom, M.Si.)

Pembimbing Pendamping



(Drs. Supratman, M.Si.)

Ketua Program Studi



(Maria Febiana Christanti, M.Si.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dini Oktaviani
NIM : 1610411149
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Periklanan
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **ANALISIS PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* PADA *SOCIAL BUSINESS* (STUDI DESKRIPTIF PADA PT. YOT INSPIRASI NUSANTARA)** beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal 15 Januari 2021

Yang menyatakan,

 :

Dini Oktaviani

**ANALISIS PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* PADA *SOCIAL BUSINESS***
(STUDI DESKRIPTIF PADA PT. YOT INSPIRASI NUSANTARA)

Dini Oktaviani

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta**

ABSTRAK

Bisnis sosial merupakan bisnis yang tidak menjadikan profit materi sebagai poros kegiatannya, melainkan lebih fokus pada aksi sosial yang tidak komersil. Bisnis ini memiliki inti tujuan pada perubahan sikap di masyarakat dan dapat berbasis pada bidang kepemudaan, lingkungan, kewirausahaan, dan seterusnya. Meski demikian, tetap diperlukan strategi komunikasi yang jitu guna mempromosikan nilai/tujuan dari bisnis sosial terkait dan bentuk perubahan sikap yang diinginkan, sehingga masyarakat yakin dan mau berubah. Maka dari itu, penelitian ini berisikan penjelasan mengenai penerapan konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu pada PT. YOT Inspirasi Nusantara sebagai contoh bisnis sosial yang berhasil menerapkannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, dengan teknik pengambilan data berupa wawancara. Hasil dari penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai penerapan konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dilakukan oleh PT. YOT Inspirasi Nusantara. PT. YOT Inspirasi Nusantara menggunakan delapan elemen komunikasi pemasaran terpadu yang terdiri dari hubungan masyarakat, publisitas, pemasaran langsung, periklanan, pemasaran internet, sponsor, serta penjualan perorangan. Peneliti menyarankan agar PT. YOT Inspirasi Nusantara memberikan porsi yang seimbang untuk setiap bauran promosi yang digunakan. Konsep komunikasi pemasaran terpadu ini juga sudah saatnya dikembangkan secara inklusif di semua bisnis sosial di Indonesia, mengingat perkembangan teknologi yang sudah semakin pesat. Dan yang terakhir, masyarakat diharapkan turut memberikan dukungan terhadap perkembangan bisnis sosial di Indonesia karena saat ini, fokus masyarakat masih lebih besar pada pengembangan bisnis berbasis profit.

Kata Kunci : *Integrated Marketing Communication, Social Business, Pemasaran Sosial.*

**APPLICATION ANALYSIS OF INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION IN SOCIAL BUSINESS
(DESCRIPTIVE STUDY AT PT. YOT INSPIRASI NUSANTARA)**

Dini Oktaviani

***Communication Studies, Faculty of Social and Political Sciences
University of Pembangunan Nasional Veteran Jakarta***

ABSTRACT

Social business is a business that does not make material profit as the axis of its activities, but rather focuses on non-commercial social action. This business has a core value in changes and can be based on youth movement, environmental issue, entrepreneurship, etc. However, accurate communication strategies are still needed to promote the values/goals and the desired forms of change, so people are willing to do so. Therefore, this study contains the application of Integrated Marketing Communication at PT. YOT Inspirasi Nusantara as an example of a social business that successfully implemented it. The method used in this research is descriptive qualitative method, with data collection techniques in the form of interviews. The results of this study provide insights about the application of Integrated Marketing Communication at PT. YOT Inspirasi Nusantara. PT. YOT Inspirasi Nusantara uses eight elements of Integrated Marketing Communication consisted public relations, publicity, direct marketing, advertising, internet marketing, sponsorships, and individual sales. Researcher suggest that PT. YOT Inspirasi Nusantara needs to be more balance on the portion for each promotional mix that they used. The concept of Integrated Marketing Communication is also needs to be developed inclusively in all social businesses in Indonesia, regarding to the rapid development of technology now on. And finally, the community is expected to contribute more on the development of social business in Indonesia, because the social businesses are also need to be more recognized in order to be settle and create a better a change to the society per se.

Keywords : *Integrated Marketing Communication, Social Business, Pemasaran Sosial.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat nikmat karunia-Nya, limpahan rahmat-Nya, serta kemudahan-Nya peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan dan penelitian skripsi yang berjudul “**Analisis Penerapan *Integrated Marketing Communication* pada *Social Business* (Studi Deskriptif pada PT. YOT Inspirasi Nusantara)**”.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai juga karena adanya dukungan, semangat, dan bimbingan dari orang-orang; baik bersifat moril dan materil. Maka dari itu, peneliti hendak mengucapkan terimakasih antara lain kepada:

1. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Maria Febiana Christanti, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ahmad Waldyazkia, S.E, yang walaupun saat ini sudah tidak menjadi Sekertaris Prodi lagi, tapi terimakasih terbesar karena telah membantu seluruh proses administrasi dari skripsi ini.
4. Lukman Saleh Waluyo S.Ikom, M.Si., dan Drs. Supratman, M.Si., atas bimbingan dan arahannya sebagai Dosen Pembimbing Skripsi I dan II.
5. Untuk Ayah, terimakasih karena selalu hadir dalam doa dan menyemangati lewat semua kebijaksanaannya.
6. Kepada seluruh pihak yang telah bersedia menjadi informan, terimakasih karena telah mendukung dalam perolehan data bagi skripsi ini.
7. Untuk Adi Sakti Cipta Nugraha, Omyning Pratiwi, dan Nurfauziah Triana; terimakasih sudah hadir di bumi. Terimakasih sudah memberi arti.
8. Untuk Septy Putri Permatasari, Nur Syamsiah, dan semua orang yang telah bersedia berbagi cerita; terimakasih telah saling menguatkan. Satu bumi sayang kalian.

9. Untuk teman-teman Moodbooster, Veteran Conference, FOP, Formasi UPNVJ, Sahabat Pandu Budaya, Logistik KM Jakarta, dan YOT Jakarta; terimakasih sudah menjadi rumah kedua bagi peneliti.
10. Dan untuk Angkatan Tamasya, terimakasih sudah menjadi medium liburan dari segala penat proses skripsi ini. Kalian baik sekali, semoga Allah berkati semuanya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu, peneliti mengharapkan adanya kritik saran dari semua pihak dalam rangka mengomprehensifkan penelitian ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa, serta pembaca pada umumnya.

Jakarta, 15 Januari 2021



Dini Oktaviani

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Signifikansi Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1. Manfaat Akademis.....	5
1.5.2. Manfaat Praktis.....	5
1.6. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Konsep-Konsep Penelitian.....	17
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	17
2.2.2 <i>Social Business</i>	18
2.2.3. Pemasaran Sosial	19
2.2.4. Bauran Pemasaran Sosial	20
2.2.5. Bauran Promosi	23
2.2.6. Bauran Media Periklanan	30
2.3. Kerangka Berpikir	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.1.1. Sumber Primer.....	33
3.1.2. Sumber Sekunder.....	34
3.2. Penetapan Key Informan dan Informan Pendukung	34
3.2.1. Key Informan.....	35
3.2.2. Informan Pendukung.....	35
3.3. Teknik Analisis Data	36
3.4. Teknik Keabsahan Data	38
3.5. Waktu dan Lokasi Penelitian	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.1.1. Profil PT. YOT Inspirasi Nusantara.....	40
4.1.2. Visi, Misi, dan Motto	41
4.1.3. Logo Young On Top	41
4.2. Hasil Penelitian	42
4.2.1. PT. YOT Inspirasi Nusantara sebagai <i>Social Business</i>	43
4.2.2. Produk Sosial PT. YOT Inspirasi Nusantara sebagai <i>Social Business</i>	47
4.2.3. Penerapan <i>Integrated Marketing Communication</i> di PT. YOT Inspirasi Nusantara.	53
4.2.4. Bauran Media yang Digunakan PT. YOT Inspirasi Nusantara untuk Pemasaran Sosial.....	72
4.2. Pembahasan.....	77
4.3.1. Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu yang diterapkan PT. YOT Inspirasi Nusantara	77
4.3.2. Pengintegrasian Pesan Promosi di PT. YOT Inspirasi Nusantara	83
4.3.3. Pemilihan Bauran Media yang Tepat.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Berpikir	32
Gambar 2 : Logo Young On Top.....	41
Gambar 3 : YOT <i>Camp</i> Komunitas YOT Kota.....	45
Gambar 4 : Dokumentasi YOT <i>National Conference</i>	49
Gambar 5 : Dokumentasi <i>Connex</i> Conference	50
Gambar 6 : Aplikasi <i>SocialConnex</i>	51
Gambar 7 : Komunitas YOT Kota Jakarta	52
Gambar 8 : Publikasi YOTNC pada Laman Hipwee.....	59
Gambar 9 : Konten <i>TikTok</i> Young On Top.....	64
Gambar 10 : Interaksi Komentar di <i>Instagram @youngontop</i>	65
Gambar 11 : Contoh Tampilan <i>Email Blast</i> dari Young On Top.....	70
Gambar 12 : Penggunaan <i>Influencer</i> Sebagai Medium Promosi YOT	72

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2 : Waktu Penyusunan Laporan Penelitian.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Transkrip Wawancara.....	96
LAMPIRAN 2 : Surat Riset.....	123
LAMPIRAN 3 : Lembar Persetujuan Menjadi Informan.....	124
LAMPIRAN 4 : Koding	125
LAMPIRAN 5 : Ekstraksi	126
LAMPIRAN 6 : Kategorisasi.....	139
LAMPIRAN 7 : Daftar Pertanyaan.....	157
LAMPIRAN 8 : Cek Turnitin.....	158
LAMPIRAN 9 : Dokumentasi Kegiatan.....	159
LAMPIRAN 10 : Daftar Riwayat Hidup	161