

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) DALAM MEMPROMOSIKAN LAYANAN *SMART AND GREEN* *SOLUTIONS* PLN ICON PLUS DI ERA DIGITAL

ANNISA GARNIS NING PRATIWI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam Mempromosikan Layanan *Smart and Green Solutions* PLN Icon Plus di Era Digital” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Annisa Garnis Ning Pratiwi
J0401221043



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ANNISA GARNIS NING PRATIWI. Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam Mempromosikan Layanan *Smart and Green Solutions* PLN Icon Plus di Era Digital. Dibimbing oleh HADIYANTO.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi perencanaan dan implementasi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam mempromosikan layanan *Smart and Green Solutions* PLN Icon Plus. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam, observasi, kajian dokumen, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan komunikasi pemasaran dilakukan secara sistematis melalui peninjauan rencana pemasaran, analisis situasi, penentuan target pasar, penyusunan anggaran, pengembangan program, serta monitoring dan evaluasi. Implementasi komunikasi pemasaran dilakukan melalui delapan bauran komunikasi pemasaran yang terintegrasi untuk mendukung promosi layanan *Smart and Green Solutions*. Integrasi tersebut memperkuat citra PLN Icon Plus sebagai penyedia solusi digital dan energi hijau serta meningkatkan efektivitas komunikasi kepada segmen pasar *Business-to-Business* (B2B).

Kata kunci: era digital, IMC, *smart and green solutions*.

ABSTRACT

ANNISA GARNIS NING PRATIWI. *Integrated Marketing Communication (IMC) Strategy in Promoting PLN Icon Plus Smart and Green Solutions Services in the Digital Era. Supervised by HADIYANTO.*

This study aims to analyze the planning and implementation strategies of Integrated Marketing Communication (IMC) in promoting Smart and Green Solutions at PLN Icon Plus. A descriptive qualitative approach was employed using in-depth interviews, observation, document review, and literature study. The findings indicate that marketing communication planning was conducted systematically through marketing plan review, situation analysis, target market determination, budgeting, program development, and monitoring and evaluation. The implementation integrated the eight elements of the marketing communication mix to promote Smart and Green Solutions effectively. This integrated approach strengthened PLN Icon Plus's image as a provider of digital and green energy solutions while improving communication effectiveness in reaching the Business-to-Business (B2B) market segment.

Keyword: digital era, IMC, *smart and green solutions*.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) DALAM MEMPROMOSIKAN LAYANAN *SMART AND GREEN* *SOLUTIONS* PLN ICON PLUS DI ERA DIGITAL

ANNISA GARNIS NING PRATIWI

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Ir. Sutisna Riyanto, MS



**Judul Laporan : Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam
Mempromosikan Layanan *Smart and Green Solutions*
PLN Icon Plus di Era Digital**

**Nama
NIM**

**: Annisa Garnis Ning Pratiwi
: J0401221043**

Disetujui oleh

**Dosen Pembimbing:
Ir. Hadiyanto, M. Si.**



Diketahui oleh

**Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001**



**Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003**



**Tanggal Ujian:
08 Juli 2026**

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penelitian terapan ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2026 sampai bulan Mei 2026 ini ialah strategi promosi, dengan judul “Strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam Mempromosikan Layanan *Smart and Green Solutions* PLN Icon Plus di Era Digital”. Skripsi terapan ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Hadiyanto M.Si yang telah membimbing, banyak memberi saran, serta motivasi selama proses penyusunan laporan akhir ini.
2. Bapak Ir. Sutisna Riyanto, MS selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang konstruktif selama proses penyempurnaan laporan akhir ini.
3. Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang telah memberikan dukungan fasilitas dan kesempatan kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media yang telah memberikan dukungan akademik kepada penulis selama perkuliahan.
5. Bapak, Mamah, Mas, Kak, dan Adek Shakiy yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan.
6. Seluruh staff Divisi Pemasaran dan Komunikasi Korporat PLN Icon Plus yang telah memberi izin penelitian di PLN Icon Plus selama pengumpulan data.
7. Teman-teman “ABS” (Andien, Rachel, Najla, Irda, dan Arsy) yang telah menjadi *support system* terbaik selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan (Alya, Habsari, Aulia, Dinda, dan Khayla) beserta teman-teman KMN angkatan 59 yang menjadi tempat saling menguatkan di masa-masa penyusunan laporan akhir ini.
9. Sahabat SMP ku, *one and only* Tsania yang telah menjadi *support system* terbaik penulis selama 10 tahun ini.
10. Kepada seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menemani proses perkuliahan, sekaligus patah hati yang diberikan kepada penulis, pada akhirnya “*setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya*”. Terima kasih telah memberikan motivasi bagi penulis untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang lebih baik.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan

Bogor, Juli 2026

Annisa Garnis Ning Pratiwi



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Kajian Teori	5
2.2 Penelitian Terdahulu	8
2.3 Kerangka Pemikiran	17
III METODE	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu	19
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	20
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.6 Keabsahan Data	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum PLN Icon Plus	23
4.2 Strategi Perencanaan <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	26
4.3 Strategi Implementasi <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	49
V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	89



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	9
2	Informan penelitian	20
3	Strategi alternatif analisis SWOT	31

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	17
2	Logo PLN Icon Plus	24
3	Tampilan awal <i>website lights</i>	36
4	Konten artikel layanan	37
5	Artikel <i>event</i> pemasaran	37
6	Konten paket produk	38
7	Konten portofolio produk	39
8	Konten video <i>company profile</i>	39
9	Konten <i>review</i>	40
10	Berita online layanan	40
11	Tampilan halaman instagram	41
12	Konten <i>carousel</i>	42
13	<i>Reels storytelling</i>	42
14	<i>Reels recap</i>	43
15	Tampilan LinkedIn PLN Icon Plus	44
16	Tampilan Youtube	44
17	Implementasi Periklanan	49
18	Insentif <i>merchandise</i>	51
19	Insentif diskon	51
20	Kegiatan <i>events and experiences</i>	52
21	<i>Press release</i>	53
22	Kegiatan TJSL	54
23	Konten berorientasi pada masalah	55
24	Konten podcast	56
25	Konten LinkedIn	56
26	<i>Mobile marketing</i> di PLN mobile	57
27	<i>Mobile marketing</i> di Whatsapp <i>blast</i>	58
28	Katalog elektronik	58
29	<i>Direct and database Marketing</i> melalui Email <i>blast</i>	59
30	<i>Personal selling</i> oleh tim sales	60



DAFTAR LAMPIRAN

31	Transkrip wawancara	69
32	Dokumentasi wawancara bersama <i>Senior Officer</i> Komunikasi Pemasaran	86
33	Dokumentasi wawancara bersama <i>Junior Officer</i> Komunikasi Pemasaran (AAS)	86
34	Dokumentasi wawancara bersama <i>Junior Officer</i> Komunikasi Pemasaran (ADL)	86
35	Dokumentasi wawancara bersama Staff Komunikasi Korporat dan TJSL (RS)	87

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.