



**OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
PRODUK GENEROS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
DI PT QUANTUM KING SULAIMAN**

APRILIANA PUTRI CAHYANI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



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 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 “Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Generos dalam Meningkatkan Penjualan di PT Quantum King Sulaiman” 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, Mei 2024

Apriliana Putri Cahyani
J0301201156



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

APRILIANA PUTRI CAHYANI. Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Generos dalam Meningkatkan Penjualan di PT Quantum King Sulaiman. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO.

Komunikasi pemasaran adalah seni dalam menjual produk atau jasa antara penjual dengan pembeli melalui suatu proses yaitu memberikan informasi yang bersifat membujuk agar terciptanya pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain yang dapat memuaskan tujuan dari individu atau kelompok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Quantum King Sulaiman. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran dari Kotler & Armstrong (2008) mengenai bentuk komunikasi pemasaran terpadu atau biasa disebut dengan bauran promosi yang disesuaikan dengan penerapan di perusahaan, sehingga dapat dihasilkan penerapan strategi yang digunakan sesuai berdasarkan dari sudut pandang teori dan realita yang ada. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Quantum King Sulaiman sudah diterapkan dengan memanfaatkan media digital berupa *platform* media sosial dan *marketplace* untuk mengenalkan produknya dan mempengaruhi minat konsumen sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Media Sosial, Generos, Komunikasi Pemasaran, *Platform*,
PT Quantum King Sulaiman

ABSTRACT

APRILIANA PUTRI CAHYANI. Optimizing the Digital Marketing Communication Strategy for Generos Products to Increase Sales at PT Quantum King Sulaiman. Supervised by HUDI SANTOSO.

Marketing communication is the art of selling products or services between sellers and buyers through a process that provides information that is persuasive in order to create a reciprocal exchange of products and values with others that can satisfy the goals of individuals or groups. The purpose of this research is to analyze the implementation of marketing communication strategies carried out by PT Quantum King Sulaiman. This research is analyzed using the marketing communication mix theory from Kotler & Armstrong (2008) regarding the form of integrated marketing communication or commonly referred to as the promotion mix which is adjusted to the application in the company, so that the implementation of the strategies used can be produced accordingly based on the theoretical point of view and the existing reality. The results of this study indicate that the implementation of marketing communication strategies carried out by PT Quantum King Sulaiman has been implemented by utilizing digital media in the form of social media platforms and marketplaces to introduce its products and influence consumer interest so that it can help increase sales.

Keywords: *Generos, Marketing Communication, Platform, PT Quantum King Sulaiman, Social Media*

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.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024

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.



**OPTIMALISASI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL
PRODUK GENEROS DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
DI PT QUANTUM KING SULAIMAN**

@Hak cipta milik IPB University

APRILIANA PUTRI CAHYANI

Laporan Akhir

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

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.

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

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.

Penguji pada ujian Laporan Akhir : Vivien Febri Astuti, S.I.Kom., M.I.Kom



Judul : Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Generos dalam Meningkatkan Penjualan di PT Quantum King Sulaiman
Nama : Apriliana Putri Cahyani
NIM : J0301201156

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.

Diketahui Oleh :

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



Dekan Sekolah Vokasi IPB
Dr.Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 1966071719920310

Tanggal Ujian: 30 Mei 2024

Tanggal Lulus:

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 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 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 mengujikan 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 Subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan April 2024 ini adalah laporan akhir dengan judul Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Generos dalam Meningkatkan Penjualan di PT Quantum King Sulaiman dapat berjalan dengan lancar.

Semua kelancaran pada penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada orangtua terhebat sekaligus sumber motivasi, Ayahanda Sutarmijan dan Ibunda Suryati yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya tiada henti, mulai dari kecil hingga saat ini. Tanpa perjuangan dan pengorbanannya, penulis tidak akan bisa sampai di titik ini. Terima kasih kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku dosen pembimbing sekaligus Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan masukan, perhatian dan kesabaran dalam membantu penyusunan laporan ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Vivien Febri Astuti, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji sidang. Terima Kasih kepada Dr. Ir. Aceng Hidayat, MT. selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.

Terima kasih penulis ucapkan kepada PT Quantum King Sulaiman yang telah berkenan dan menerima penulis dengan baik dalam melakukan pelaksanaan laporan akhir ini. Terimakasih kepada Kak Asasi Tamaraya, Kak Muhammad Febi Adhitia, Kak Prissa Lusiani, Kak Gilang Aji Purnomo, dan Kak Syafal Qothi yang selalu membantu dan juga berbagi ilmu, pengalaman, dan membantu dalam pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada kakak dan adik tercinta Oriza Wulandari dan Tiara Nurul Azqia yang telah menerima dan sabar menghadapi keluh kesah penulis serta memberikan doa dan dukungan yang tak terhingga. Terimakasih kepada Mas Robert Edy Sudarwan dan Mba Miftakhul Azihan Subekti yang selalu menemani, memberikan *support*, saran dan masukan saat penulis mengalami kebimbangan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rabbi Rafifah, Zahara Agisti Salsabila, Wahyu Putri Ramadhani, dan Khairun Niswa Lubis yang telah menjadi teman seperjuangan, selalu memberikan dukungan dan juga senantiasa menemani dalam penyusunan laporan akhir ini. Terima kasih juga disampaikan kepada teman-teman satu bimbingan saya pada Program Studi Komunikasi Digital dan Media angkatan 57 Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Akhir kata, penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat diterima dan memberikan manfaat serta ilmu pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan.

Bogor, Mei 2024

Apriliana Putri Cahyani

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.



| | xii |
|--|-----|
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.3 Tujuan | 3 |
| 1.4 Manfaat | 3 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 4 |
| 2.1 Optimalisasi | 4 |
| 2.2 Strategi | 4 |
| 2.3 Komunikasi Pemasaran | 5 |
| 2.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu atau <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC) | 5 |
| 2.5 Studi yang Pernah Dilakukan Sebelumnya | 7 |
| 2.6 Kerangka Berpikir | 11 |
| III METODE | 13 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 13 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 13 |
| 3.3 Subjek Penelitian | 13 |
| 3.4 Sampel Penelitian | 14 |
| 3.5 Data dan Instrumen | 14 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 14 |
| 3.7 Validitas Data | 15 |
| 3.8 Analisis Data | 15 |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 17 |
| 4.1 Gambaran Umum PT Quantum King Sulaiman | 17 |
| 4.1.1 Sejarah | 17 |
| 4.1.2 Logo Instansi | 18 |
| 4.1.3 Visi | 19 |
| 4.1.4 Misi | 19 |
| 4.1.5 Struktur Organisasi | 20 |
| 4.2 Data dan Temuan Penelitian | 21 |
| 4.2.1 Produk Generos | 21 |
| 4.2.2 Elemen Bauran Pemasaran Produk Generos di PT Quantum King Sulaiman | 22 |
| 4.2.3 Data Perkembangan Penjualan Produk Generos | 32 |
| 4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Produk Generos yang Diterapkan oleh PT Quantum King Sulaiman | 33 |

</



| | | |
|----------------|--|----|
| 4.4 | Peningkatan Jumlah Penjualan Produk Generos di PT Quantum King Sulaiman | 44 |
| 4.5 | Optimalisasi Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Generos PT Quantum King Sulaiman | 45 |
| V | SIMPULAN DAN SARAN | 50 |
| 5.1 | Simpulan | 50 |
| 5.2 | Saran | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 52 |
| LAMPIRAN | | 56 |
| RIWAYAT HIDUP | | 75 |

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.



| | | |
|---|---|----|
| 1 | Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2 | Subjek Penelitian | 13 |
| 3 | Data perkembangan penjualan Generos | 32 |
| 4 | Strategi Komunikasi Pemasaran yang diterapkan | 46 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----|---|----|
| 1 | Kerangka Pemikiran | 12 |
| 2 | Logo perusahaan PT Quantum King Sulaiman | 19 |
| 3 | Struktur Organisasi PT Quantum King Sulaiman (2024) | 20 |
| 4 | Tampilan produk Generos | 21 |
| 5 | Tampilan harga produk Generos di Shopee | 24 |
| 6 | Tampilan harga produk Generos di Tiktok Shop | 25 |
| 7 | Tampilan link produk Generos pada bio Instagram | 27 |
| 8 | Tampilan salah satu marketplace Generos | 28 |
| 9 | Contoh tampilan iklan hard selling Generos | 35 |
| 10 | Contoh tampilan promosi penjualan Generos | 38 |
| 11 | Contoh tampilan promosi gajian Generos | 39 |
| 12 | Bentuk kolaborasi antara perusahaan dengan KOL | 41 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|---|---|----|
| 1 | Transkrip Wawancara dengan Kak Prissa Lusiani (Social Media Officer) | 56 |
| 2 | Transkrip Wawancara dengan Kak Asasi Tamaraya (Business Development) | 63 |
| 3 | Transkrip Wawancara dengan Kak Muhammad Febi Adhitia (Supervisor Divisi Branding) | 68 |
| 4 | Transkrip Wawancara dengan Kak Syafal Qathi (Marketplace Specialist) | 72 |
| 5 | Transkrip Wawancara dengan Kak Gilang Aji Purnomo (Marketplace Specialist) | 73 |