

SKRIPSI
OPTIMALISASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA LEMBAGA
PELATIHAN SOFT SKILL BUSINESS & COMMUNICATION TRAINING
INSTITUTE (BCTI) DALAM UPAYA MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Marni Hidayati

2210414220013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN

2026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
Jalan Brigjend H. Hasan Basri Banjarmasin – 70123
Email: ilmu.komunikasi@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

SKRIPSI

OPTIMALISASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA LEMBAGA PELATIHAN
SOFT SKILL BUSINESS & COMMUNICATION TRAINING INSTITUTE (BCTI)
DALAM UPAYA MEMBANGUN BRAND AWARENESS

- A. Nama Mahasiswa : Marni Hidayati
NIM : 2210414220013
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai $\geq 80\%$ (A) dalam ujian mempertahankan tugas akhir tingkat Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat pada Jumat, 26 Juni 2026.
- C. Tim Penguji
- a. Ketua
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A.
NIP. 199202182019032020
- b. Sekretaris
Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si.
NIP. 195912101988111001
- c. Anggota
Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si.
NIP. 197403132006041002

()

()

()

Banjarmasin, 26 Agustus 2026
Ketua Tim Penguji

()
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A.
NIP. 199202182019032020

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat

()
Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marni Hidayati

NIM : 2210414220013

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Pada Lembaga Pelatihan Soft Skill Business & Communication Training Institute (BCTI) Dalam Upaya Membangun *Brand Awareness***” merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya.

Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada perguruan tinggi manapun. Seluruh sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, baik berupa teori, data, maupun pendapat orang lain telah dikutip dan dicantumkan secara lengkap dalam daftar pustaka sesuai dengan kaidah ilmiah dan etika penelitian.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau terdapat unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan akademik yang berlaku.

Banjarmasin, 21 Agustus 2026

Yang menyatakan,



Marni Hidayati

NIM. 2210414220013



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jum'at Dua Puluh Enam Juni Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2035/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 18 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Marni Hidayati
NIM : 2210414220013
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Optimalisasi Komunikasi Pemasaran pada Lembaga Pelatihan Soft Skill Business & Communication Training Institute (BCTI) dalam Upaya Membangun Brand Awareness

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 14.00 s/d selesai
Nilai : 80,08
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 26 Juni 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Marni Hidayati

1. Ketua : Putri Ayu Hidayat Rafiqoh, S.Pd., MA
()
2. Sekretaris : Prof. Dr. H. Bachrudin Ali Akhmad, M.Si
()
3. Anggota : Dr. Fahrianoor, M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Marni Hidayati
NIM : 2210414220013
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Optimalisasi Komunikasi Pemasaran pada Lembaga Pelatihan Soft Skill Business & Communication Training Institute (BCTI) dalam Upaya Membangun Brand Awareness

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA	82	
2.	Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad,M.Si	79,1	
3.	Dr.Fahrianoor.,M.Si	81	
Jumlah		242	
Nilai Rata-rata		80,7	Nilai Akhir = 80,08

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 26 Juni 2026

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2035/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd, MA
2. Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
3. Dr. Fahrianoor, S.IP, M.Si

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Marni Hidayati
NIM : 2210414220013
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Optimalisasi Komunikasi Pemasaran pada Lembaga
Pelatihan Soft Skill Business & Communication
Training Institute (BCTI) dalam Upaya Membangun
Brand Awareness

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jumat, 26 Juni 2026
J a m : 14.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001



ABSTRAK

Marni Hidayati, 2210414220013, 2026, Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Pada Lembaga Pelatihan Soft Skill Business & Communication Training Institute (BCTI) Dalam Upaya Membangun *Brand Awareness*, dibimbing oleh Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses komunikasi pemasaran BCTI serta mengetahui kendala yang dihadapi dalam upaya membangun *brand awareness* sebagai lembaga pelatihan *soft skill*.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BCTI telah menerapkan seluruh elemen bauran promosi dalam Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*), meliputi iklan (Meta Ads), promosi penjualan (voucher diskon, promo *bundling*, dan *early bird*), penjualan personal (kunjungan langsung), hubungan masyarakat dan publisitas (Banua Creative Festival dan publikasi artikel di media *online*), pemasaran langsung (WhatsApp), serta pemasaran interaktif (Instagram, TikTok, dan LinkedIn). Dari keenam elemen tersebut, penjualan personal menjadi metode utama yang paling dominan dan efektif dalam aktivitas penjualan dan menjalin kerja sama dengan mitra secara langsung. Adapun Instagram menjadi platform digital utama yang dimanfaatkan BCTI sebagai media *branding* dan sarana interaksi dengan audiens secara *online*.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Bauran Promosi, *Brand Awareness*, Lembaga Pelatihan Soft Skill

ABSTRACT

Marni Hidayati, 2210414220013, 2026, Optimization of Marketing Communication at the Business & Communication Training Institute (BCTI) in Efforts to Build Brand Awareness, supervised by Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh.

The purpose of this study is to analyze BCTI's marketing communication process and identify the challenges faced in efforts to build brand awareness as a soft skills training institution.

This study employs a qualitative approach with a descriptive research design. Data collection techniques include interviews, observations, and documentation. Data analysis techniques involve data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results showed that BCTI has implemented all promotional mix elements within Integrated Marketing Communication (IMC), including advertising (Meta Ads), sales promotion (discount vouchers, bundled offers, and early bird pricing), personal selling (direct visits), public relations and publicity (Banua Creative Festival and online media publications), direct marketing (WhatsApp), and interactive marketing (Instagram, TikTok, and LinkedIn). Among these six elements, personal selling serves as the most dominant and effective primary method for sales activities and establishing direct partnerships with clients. Meanwhile, Instagram functions as the primary digital platform utilized by BCTI for online institutional branding and audience interaction.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Marketing Mix, Brand Awareness, Soft Skills Training Institution

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Pada Lembaga Pelatihan *Soft Skill* Business & Communication Training Institute (BCTI) Dalam Upaya Membangun *Brand Awareness*” dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak saran, masukan, arahan, serta bimbingan sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
5. Bapak Prof. Dr. Drs. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis guna perbaikan skripsi.
6. Bapak Dr. Fahrianoor, S.IP., M.Si., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis guna perbaikan skripsi.

7. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu kegiatan akademik selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
9. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu keperluan akademik penulis selama masa perkuliahan.
10. Seluruh tim Business & Communication Training Institute (BCTI) yang telah mendukung penelitian ini dan bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi. Terima kasih juga karena telah memberikan kesempatan dan pengalaman berharga kepada penulis untuk bertumbuh dan belajar pengetahuan baru bersama BCTI.
11. Orang tua penulis, Mama dan Abah yang telah mengorbankan segalanya dan selalu memberikan dukungan, perhatian, motivasi, nasihat, biaya, serta doa yang tidak pernah berhenti dipanjatkan demi kesuksesan penulis.
12. Sahabat-sahabat penulis, Aulia Kamalia, Fidia Nur Zahra, Merry Dwi Andriani, dan Nasywa Shafana Pramesti yang selalu mendukung, menemani, membantu, dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

13. Teman-teman penulis, Nailah dan Nur Najwa Fadhillah yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa untuk kelancaran penulisan skripsi ini. Terima kasih karena telah bersedia menjadi tempat cerita, tempat berkeluh kesah, serta memberikan nasihat dan motivasi kepada penulis.
14. Teman-teman KKN Kelompok 6 yang telah menjadi bagian cerita dari perjalanan penulis, yang selalu penulis ingat dan rindukan atas kenangan berharga yang telah kita habiskan bersama selama 40 hari di Desa Tamban Kecil. Terima kasih banyak atas pengalaman dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk belajar dan bekerja sama dengan kalian.
15. Teruntuk dunia Magic Shop penulis yang telah menemani proses penyusunan skripsi ini, melalui karya musik, pesan-pesan positif, serta konten-konten yang menyembuhkan. Terima kasih karena telah menjadi pengingat bagi penulis untuk terus bertahan dan melangkah hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
16. Terkhusus diri penulis, Marni Hidayati. Terima kasih banyak karena telah bertahan dan berjuang hingga detik ini. Terima kasih karena tidak menyerah di tengah jalan dan terus melangkah ke depan untuk menjemput gelar impian.
17. Seluruh pihak yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan selama penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang

mendukung. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marni H.' with a small star symbol above the 'i'.

Marni Hidayati

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Sejenis	10
2.2 Tinjauan Konseptual	18
2.2.1 Komunikasi	18
2.2.2 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>)	22
2.2.3 Merek (<i>Brand</i>)	44
2.2.4 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	48
2.2.5 Lembaga Pelatihan <i>Soft Skill</i>	51
2.3 Tinjauan Teoritis	56
2.3.1 Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	56
2.3.2 Teori Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>)	58
2.4 Kerangka Pemikiran	60
BAB III METODE PENELITIAN	61
3.1 Pendekatan Penelitian	61
3.2 Tipe Penelitian	62
3.3 Objek Penelitian	62

3.4 Sumber Data	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data	64
3.6 Teknik Analisis Data.....	65
3.7 Triangulasi Data	67
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Gambaran Umum	70
4.1.1 Profil Business & Communication Training Institute (BCTI).....	70
4.1.2 Visi dan Misi.....	71
4.1.3 Struktur Kepengurusan	71
4.1.4 Program Pelatihan	72
4.2 Hasil Penelitian.....	73
4.2.1 Proses Komunikasi Pemasaran BCTI.....	74
4.2.1.1 Iklan (<i>Advertising</i>)	78
4.2.1.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	85
4.2.1.3 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	90
4.2.1.4 Hubungan Masyarakat & Publisitas (<i>Public Relations & Publicity</i>)	96
4.2.1.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	102
4.2.1.6 Internet/Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>).....	105
4.3 Pembahasan	111
4.3.1 Iklan (<i>Advertising</i>).....	111
4.3.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	114
4.3.3 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	116
4.3.4 Hubungan Masyarakat & Publisitas (<i>Public Relations & Publicity</i>).	120
4.3.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>).....	123
4.3.6 Pemasaran Interaktif (<i>Interactive Marketing</i>)	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	132
5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA.....	135
LAMPIRAN	142
Lampiran I: Pedoman Wawancara	142

Lampiran II: Transkrip Wawancara.....	145
Lampiran III: Dokumentasi	171

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Pengenalan Lembaga BCTI.....	3
Gambar 1.2 Hasil Survei Pengenalan Yayasan Hasnur Centre	4
Gambar 1.3 Aktivitas pemasaran Melalui Kunjungan Langsung ke Instansi.....	5
Gambar 1.4 Konten-konten BCTI di Instagram	6
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	24
Gambar 2.2 Elemen Bauran Promosi	26
Gambar 2.3 Piramida <i>Brand Awareness</i> (David Aaker)	49
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	60
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik.....	68
Gambar 3.2 Triangulasi Sumber.....	68
Gambar 4.1 Logo BCTI.....	70
Gambar 4.2 Struktur Kepengurusan BCTI.....	72
Gambar 4.3 Poster Iklan BCTI di Instagram.....	80
Gambar 4.4 Pratinjau Iklan BCTI di Meta Ads	81
Gambar 4.5 Anggaran Iklan Meta Ads	82
Gambar 4.6 Salah Satu <i>Event</i> Publik yang Memuat Informasi Klaim Voucher ...	87
Gambar 4.7 Poster Kegiatan yang Memuat Informasi Klaim Voucher, <i>Early Bird</i> , dan Promo Bundling.....	88
Gambar 4.8 Dokumentasi Visit ke Calon Mitra	91
Gambar 4.9 Poster Program Marketing Leads	94
Gambar 4.10 Dokumentasi BCTI dalam Banua Creative Festival 2025.....	97
Gambar 4.11 Publikasi Artikel di Media <i>Online</i>	100
Gambar 4.12 Pesan <i>Direct Marketing</i> BCTI Melalui WhatsApp	103
Gambar 4.13 Homepage Platform Media Sosial BCTI.....	107
Gambar 4.14 Publikasi Konten BCTI di Instagram.....	108
Gambar 4.15 Contoh Interaksi BCTI dengan audiens di DM Instagram.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sejenis	10
Tabel 3.1 Matriks Waktu Penelitian.....	69
Tabel 4.1 Informan Penelitian	74