

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PONDOK

COKELAT HATTA DALAM MELAKUKAN PROMOSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Dwita Anisa (2010414320048)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN

TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PONDOK COKELAT HATTA DALAM MELAKUKAN PROMOSI

A. Nama Mahasiswa : Dwita Anisa
NIM : 2010414320048

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom M.A [.....]
NIP. 19900108201707104001

b. Penguji I

Sarwani S.Sos M.Med.Kom [.....]
NIP. 197805212008121002

c. Penguji II

Bambang Dwi Waluyo S.I.P M.Si [.....]
NIP. 199506252022031008

Banjarmasin, 30 September 2026

Ketua Jurusan
Ilmu Komunikasi

Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si
NIP. 198208212006042002

Ketua Pembimbing

Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom M.A
NIP. 197806192008012008

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Dwita Anisa
Nim : 2010414320048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PONDOK COKELAT HATTA DALAM MELAKUKAN PROMOSI" adalah benar-benar hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doctor) baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun di perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni merupakan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri, juga pembimbing serta masukan dari penguji.
3. Segala referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan juga dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka.
4. Apabila dikemudian hari dalam skripsi ini didapati unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan pertaturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Banjarmasin, 5 Oktober 2026

Yang membuat pernyataan,



Dwita Anisa

Nim. 2010414320048



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 Senin Lima Belas 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: 1743/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 5 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Dwita Anisa
NIM : 2010414320048
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pondok Cokelat Hatta Dalam Melakukan Promosi

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 14.00 s/d selesai
Nilai : 79,5 (A-)
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 : 15 Juni 2026

Tim Penguji,

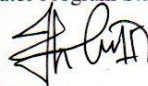
Mahasiswa yang diuji,


Dwita Anisa

1. Ketua : Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
()
2. Sekretaris : Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom
()
3. Anggota : Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n

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 : Dwita Anisa
NIM : 2010414320048
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pondok Cokelat
Hatta Dalam Melakukan Promosi

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A	80	
2.	Sarwani,S.Sos.,M.Med.Kom	80	Sy1
3.	Bambang Dwi Waluyo, S.IP.,M.Si	80	
Jumlah		240	
Nilai Rata-rata		80	Nilai Akhir = 79,5 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 15 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 : 1743/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

1. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom, MA
2. Sarwani, S.Sos, M.Med.Kom
3. Bambang Dwi Waluyo, M.Si

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

Nama : Dwita Anisa
NIM : 2010414320048
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pondok
Coklat Hatta Dalam Melakukan Promosi

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 15 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, 5 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



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



ABSTRAK

Dwita Anisa, 2010414320048, Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pondok Cokelat Hatta Dalam Melakukan Promosi. Dibawah bimbingan Achmad Bayu Chandarabuwono.

Persaingan bisnis makanan dan minuman di Kota Banjarmasin semakin kompetitif seiring bertambahnya jumlah usaha sejenis, sehingga menuntut pelaku usaha memiliki strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Pondok Cokelat Hatta merupakan salah satu merek minuman cokelat lokal yang menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication/IMC) dalam melakukan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan Pondok Cokelat Hatta dalam memasarkan produknya, mulai dari proses perencanaan promosi, implementasi keenam elemen bauran promosi (periklanan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan personal), hingga tahap pengawasan dan evaluasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif.

Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman serta teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) untuk mengetahui respons konsumen terhadap pesan komunikasi pemasaran. Keabsahan data diperiksa melalui triangulasi sumber dan metode. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pondok Cokelat Hatta telah menjalankan proses perencanaan promosi secara sistematis dan mengimplementasikan keenam elemen bauran promosi IMC secara integratif, dengan pemasaran interaktif melalui media sosial sebagai fokus utama. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang signifikan pascapromosi, meskipun tingkat interaksi pada konten promosi reguler di media sosial masih tergolong rendah.

Kata kunci: komunikasi pemasaran terpadu, strategi promosi, teori AIDA, Pondok Cokelat Hatta, media sosial.

ABSTRACT

Dwita Anisa, 2010414320048, Integrated Marketing Communication Strategy of Pondok Cokelat Hatta In Conducting Promotions. Under the guidance of Achmad Bayu Chandarabuwono.

Competition in the food and beverage business in Banjarmasin has intensified as more similar businesses emerge, requiring business actors to adopt effective marketing communication strategies. Pondok Cokelat Hatta is a local chocolate beverage brand that implements Integrated Marketing Communication (IMC) strategy in its promotional activities. This study aims to describe how Pondok Cokelat Hatta implements its integrated marketing communication strategy in marketing its products, covering the promotion planning process, the implementation of the six promotional mix elements (advertising, direct marketing, interactive marketing, sales promotion, public relations, and personal selling), and the monitoring and evaluation stage. This research employs a qualitative descriptive approach.

Data were collected through observation and in-depth interviews with key and supporting informants, then analyzed using the Miles and Huberman interactive analysis model along with the AIDA theory (Attention, Interest, Desire, Action) to examine consumer responses to marketing communication messages. Data validity was ensured through source and method triangulation. The findings show that Pondok Cokelat Hatta has carried out a systematic promotion planning process and implemented all six IMC promotional mix elements in an integrated manner, with interactive marketing through social media as the main focus. Evaluation results indicate a significant increase in sales following promotional activities, although engagement with regular promotional content on social media remains relatively low.

Keywords: *integrated marketing communication, promotion strategy, AIDA theory, Pondok Cokelat Hatta, social media*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Terpadu Pondok Cokelat Hatta Dalam Melakukan Promosi”. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang membawa rahmat bagi seluruh alam.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, dengan tulus dan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Prof. Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Achmad Bayu Chandrabuwono., S.I.KOM.,M.A selaku dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sarwani., S.SOS., M.MED.KOM selaku dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bambang Dwi Waluyo., S.IP., M.Si selaku dosen Penguji yang telah memberi arahan maupun masukan untuk kesempurnaan skripsi ini.
7. Segenap dosen program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu serta pengalamannya kepada penulis.
8. Segenap staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu proses urusan berkas kepada penulis.
9. Seluruh informan kunci maupun informan Pendukung dari Pondok Cokelat Hatta serta masyarakat yang telah mengizinkan dan meluangkan waktunya.

10. Kedua orang tua tercinta Mama dan Abah yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan biaya serta doa yang tidak pernah berhenti untuk kesuksesan anaknya.
 11. Kepada Mimi, terima kasih sudah menjadi seseorang yang selalu menemani penulis baik ketika susah maupun senang dan senantiasa selalu mendengarkan penulis hingga bisa bertahan dan menyelesaikan skripsi ini.
 12. Kepada para sahabat penulis yang tergabung dalam grup “teman wita” dan “ngipen duniawi” terima kasih sudah memberikan semangat dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
 13. Kepada Li Shen dan PLAVE terkhususnya Nam Yejun serta teman-teman PLLI, terimakasih sudah menjadi salah satu kebahagiaan dan penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
 14. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang telah menjalin pertemanan dan kerja sama yang baik selama perkuliahan, sukses selalu teman-teman.
 15. Seluruh pihak yang telah berkontribusi yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan.
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, Juni 2026

Dwita Anisa

2010414320048

DAFTAR ISI

SKRIPSI	1
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Teoritis.....	5
1.5 Manfaat Praktis.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Sejenis.....	6
2.2 Tinjauan Konseptual.....	11
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	11
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	12
2.2.2.3 Model Komunikasi Pemasaran	13
2.2.3 Proses Perencanaan Promosi.....	15
2.2.3.1 Analisis Situasi	15
2.2.3.2 Analisis Proses Komunikasi	16
2.2.3.3 Penentuan Anggaran.....	17
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication/IMC</i>).....	17
2.2.4.1 Iklan (Advertising)	19
2.2.4.2 Pemasaran Langsung (Direct marketing).....	19
2.2.4.3 Pemasaran Interaktif (Internet marketing)	20
2.2.4.4 Promosi Penjualan (Sales Promotion)	21
2.2.4.5 Hubungan Masyarakat (Public Relations)	22

2.2.4.6 Penjualan Personal (Personal selling)	22
2.2.5 Pengawasan dan Evaluasi	24
2.3 Tinjauan Teori	25
2.3.1 Teori AIDA	25
2.4 Kerangka Pemikiran	27
BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	29
3.2 Objek Penelitian	29
3.3 Informan Penelitian	30
3.4 Jenis dan Sumber Data	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.7 Teknik Validasi Data	35
3.7.1 Triangulasi Metode	35
3.7.2 Triangulasi Sumber	36
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	38
3.8.1 Waktu Penelitian	38
3.8.2 Lokasi Penelitian	38
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum	40
4.1.1 Profil Pondok Cokelat Hatta	40
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.2 Hasil Penelitian	44
4.2.1 Proses Perencanaan Promosi	46
4.2.1.1 Analisis Situasi	46
4.2.1.2 Analisis proses komunikasi	48
4.2.1.3 Penentuan Anggaran	50
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	51
4.2.2.1 Iklan (Advertising)	51
4.2.2.2 Pemasaran Langsung (Direct marketing)	52
4.2.2.3 Pemasaran Interaktif (Internet marketing)	54

4.2.2.4 Promosi Penjualan (Sales Promotion)	57
4.2.2.5 Hubungan Masyarakat (Marketing Public Relations)	59
4.2.2.6 Perjualan Personal (Personal selling).....	61
4.2.3 Pengawasan dan Evaluasi	62
4.3 Pembahasan Penelitian	64
BAB V	70
KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79
PEDOMAN WAWANCARA	79
LAMPIRAN	82
TRANSKRIP WAWANCARA	82
LAMPIRAN	112
TRANSKRIP WAWANCARA	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah usaha penyedia makanan dan minuman menurut provinsi dan kelompok KBLI pada tahun 2023	1
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sejenis.....	9
Tabel 3.1 Timeline Penelitian	38
Tabel 5. 1 Rangkuman Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pondok Cokelat Hatta	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Instagram @pondokcokelat_hatta dan profil Instagram kopetitor	3
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	14
Gambar 2. 2 Elemen Bauran Promosi oleh Morissan (2010)	18
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Triangulasi Metode	36
Gambar 3.2 Triangulasi sumber data	37
Gambar 4.1 Logo Pondok Cokelat Hatta	40
Gambar 4.2 Menu Pondok Cokelat Hatta	41
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Perusahaan	43
Gambar 4.4 Instagram dan TikTok Pondok Cokelat Hatta	50
Gambar 4. 5 Contoh konten endorsement Pondok Cokelat Hatta	52
Gambar 4. 6 Notifikasi pesan broadcast pada saluran Pondok Cokelat Hatta	53
Gambar 4. 7 Contoh pesan broadcast Pondok Cokelat Hatta	54
Gambar 4. 8 Konten video Pondok Cokelat Hatta	56
Gambar 4. 9 Promosi Bundle Pondok Cokelat Hatta	58
Gambar 4. 10 Promosi melalui Tournament Mobile Legends	60