

**ANALISIS INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION RSV
OFFICIAL STORE DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Dibuat Oleh:
ANGGI PRABOWO
044117144**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JULI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Anggi Prabowo
NPM : 044117144
Judul : Analisis *Integrated Marketing Communication* RSV Official Store Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

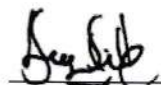
DEWAN PENGUJI

Menyetujui

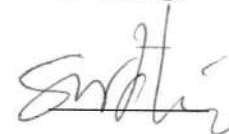
Pembimbing I : Qoute Nuraini C. M.I.Kom
NIK: 1 0113 001 608



Pembimbing II : Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513



Pembaca : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si
NIK. 1.0715 022 649



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 26 Juli 2022

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

Anggi Prabowo, 044117144. 2022. *Integrated marketing communication Rsv Official Store dalam upaya meningkatkan jumlah penjualan* . Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Qoute nuraini dan Muslim.**

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sistem komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh Rsv official store. Penelitian ini bertujuan mengetahui sistem komunikasi pemasaran terpadu yang diterapkan oleh perusahaan Rsv Official Store. Sistem komunikasi ini bertujuan untuk menarik minat belanja dari calon customer. Sistem komunikasi ini sangat mempengaruhi minat calon customer pada produk tersebut. Penelitian ini menggunakan sistem wawancara dengan jumlah informan 2 informan. Adapun kriteria pemilihan informan yaitu manager Rsv, dan kepala toko Rsv official store. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil analisis Strategi yang dilakukan oleh Rsv official store yaitu hanya berfokus pada advertising, public relation dan sales marketing belum dilakukan sepenuhnya oleh Rsv official store.

Untuk pelaksanaan personal selling sudah dilaksanakan namun terdapat beberapa kendala pada kemampuan staf toko yang kurang memiliki pengalaman yang mumpuni dalam melaksanakan personal selling dan ditambah dengan tidak adanya training calon karyawan dan seleksi calon karyawan terlebih dahulu yang berdampak kurang efektifnya proses komunikasi pemasaran terpadu yang juga berdampak pada berkurangnya minat calon customer pada produk tersebut. Rsv official store terlalu fokus pada pelaksanaan advertising yang mana dampaknya lebih besar terhadap penjualan online melalui marketplace seperti Shoppe, Tokopedia JD.id yang digunakan oleh Rsv. Hal ini menyebabkan volume penjualan online lebih stabil dibandingkan penjualan offline.

Kata Kunci: IMC, advertising, personal selling, minat pembelian