

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
BRAND LITTLE PALMERHAUS  
(Studi Kasus Pada PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang)**

**SKRIPSI**



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom.)

**Ferdinand Toti Simamora  
00000031331**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2023**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
BRAND LITTLE PALMERHAUS  
(Studi Kasus Pada PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang)**

**SKRIPSI**



Diajukan guna Memenuhi PersyaratanMemperoleh GelarSarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom.)

**Ferdinand Toti Simamora  
00000031331**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ferdinand Toti Simamora

Nomor Induk Mahasiswa : 00000031331

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND LITTLE PALMERHAUS PADA PT INDO TRADE CEMERLANG TANGERANG**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Desember 2023



(Ferdinand Toti Simamora)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND LITTLE PALMERHAUS**

**(Studi Kasus Pada PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang)**

Oleh

Nama : FERDINAND TOTI SIMAMORA  
NIM : 00000031331  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Januari 2024  
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si**  
0313088403

Penguii



**Dr. Endah Murwani, M.Si.**  
NIDN 0327066402

Pembimbing



**Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.**  
NIDN:0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.01.24 10:52:35  
+07'00'

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si**  
NIDN 030478404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferdinand Toti Simamora

NIM : 00000031331

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Little Palmerhaus (Studi Kasus Pada PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang 4 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Ferdinand Toti Simamora)

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

**Strategi Komunikasi Pemasaran brand little Palmerhaus (Studi Kasus Pada PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang)**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.sos., M.Si selaku Ketua Sidang dan Ibu Dr. Endah Murwani, M.Si
6. Keluarga inti saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kawan – kawan dan sanak saudara yang membantu dukungan dalam doa.

Semoga laporan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 4 Desember 2023



(Ferdinand Toti Simamora)



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Little Palmerhaus  
(Studi Kasus Pada PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang)**

**ABSTRAK**

Oleh: Ferdinand Toti Simamora

Strategi komunikasi pemasaran merupakan sebuah langkah awal yang perlu dilakukan oleh perusahaan untuk mengenalkan merek atau produk pada konsumen maka strategi yang tepat sangat dibutuhkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif dan efisien. Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi perusahaan karena tanpa komunikasi konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran brand little palmerhaus Partisipan penelitian adalah Christine Yunilife Sumampow selaku *Head Of Marketing Communication*, Syifa Ussa Adah selaku *Marketing Communication Supervisor*, Firman Wijaya selaku *Head of Digital Marketing* dan Natalisa Utari selaku *E - Commerce Manager*. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yang bersifat deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Indo Trade Cemerlang Tangerang menggunakan bauran pemasarn sesuai dengan konsep *IMC planning* (mulai dari *identifying target audience* sampai dengan *evaluating effectiveness*) dan Strategi IMC yang digunakan oleh PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang sudah terintegrasi, hal ini dapat dilihat dari konten yang diunggah di media sosial seperti Tiktok dan Instagram.

Kata Kunci : *Integrated Marketing Communications, little palmerhaus, dan Strategi Kampanye melalui Media Sosial.*





***Little Palmerhaus Brand Marketing Communication Strategy  
(Case Study at PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang)***

***ABSTRACT***

*By: Ferdinand Toti Simamora*

*Marketing communication strategy is an initial step that needs to be taken by a company to introduce a brand or product to consumers, so the right strategy is needed so that company goals can be achieved effectively and efficiently. Marketing communication plays a very important role for companies because without communication consumers and society as a whole will not know about the existence of products on the market.*

*The aim is to find out the marketing communication strategy for the Little Palmerhaus brand. The research participants are Christine Yunilife Sumampow as Head of Marketing Communication, Syifa Ussa Adah as Marketing Communication Supervisor, Firman Wijaya as Head of Digital Marketing and Natalisa Utari as E - Commerce Manager*

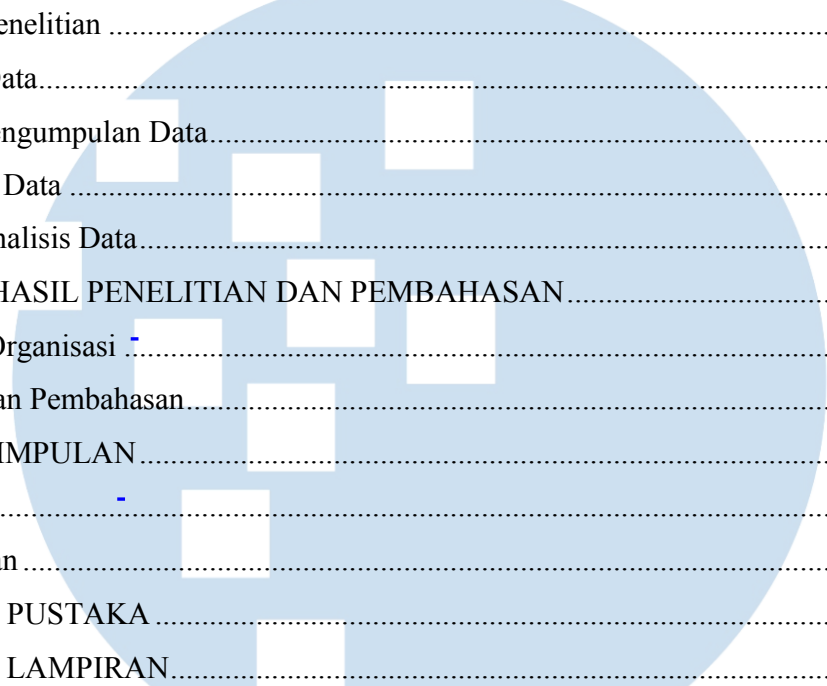
*The model used in this research is a descriptive case study with a qualitative research type. Data collection techniques use interviews. The research results show that PT Indo Trade Cemerlang Tangerang uses a marketing mix in accordance with the IMC planning concept (starting from identifying the target audience to evaluating effectiveness) and the IMC strategy used by PT. Indo Trade Cemerlang Tangerang has been integrated, this can be seen from the content uploaded on social media such as Tiktok and Instagram.*

*Keywords: Integrated Marketing Communications, little palmerhaus, and Campaign Strategy via Social Media.*



## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	4
Pertanyaan Penelitian.....	5
Tujuan Penelitian.....	6
Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II KERANGKA KONSEP.....	7
Penelitian Terdahulu.....	7
Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
Alur Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
Paradigma Penelitian.....	32
Jenis dan Sifat Penelitian.....	32
Objek, Subyek dan Informan Penelitian.....	33



Metode Penelitian .....	34
Sumber Data.....	34
Teknik Pengumpulan Data.....	34
Keasahan Data .....	37
Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
Struktur Organisasi .....	40
Diskusi dan Pembahasan.....	58
BAB V SIMPULAN.....	62
Simpulan .....	62
Saran saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
DAFTAR LAMPIRAN.....	68

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
---------------------------------------	----



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data produk yang paling banyak dibeli.....	3
Gambar 2.1. Analisis SWOT,.....	16
Gambar 2.2. Flow chart alur penelitian.....	32
Gambar 4.1. Logo PT Indo Trade Cemerlang .....	39
Gambar 4.2. Denah Lokasi PT Indo Trade Cemerlang.....	40
Gambar 4.3. Struktur Organisasi.....	41
Gambar 4.4. online dan offline campaign product.....	42
Gambar 4.5. brand little Wear.....	46
Gambar 4.6. brand little Wear untuk luar rumah .....	47
Gambar 4.7. brand little Wear Model Fruit Pattern. ....	47
Gambar 4.8. community gathering LPH Club .....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil cek turnitine .....	67
Lampiran 2 Catatan Lapangan .....	68
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Narasumber 1 .....	71
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Narasumber 2 .....	89
Lampiran 5 Foto Wawancara .....	91
Lampiran 5 Konsultasi Skripsi .....	92

