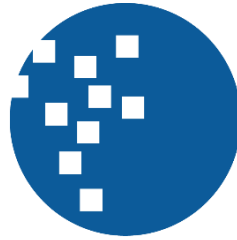


**IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING
PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

ILMA RIDHA NURAI DA

00000042427

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

2024

**IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING
PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

ILMA RIDHA NURIDA

00000042427

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ilma Ridha Nuraida

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042427

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA

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 Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Maret 2024



A handwritten signature in black ink.

(Ilma Ridha Nuraida)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA

Oleh

Nama : Ilma Ridha Nuraida

NIM : 00000042427

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 25 Maret 2024

Pukul 10.30 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.

NIDN: 0331077503

Penguji



Theresia LV Lolita, M.I.Kom.

NIDN: 0327019001

Pembimbing



Agus Kustiwa S.Sos., M.Si.

NIDN: 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.05.03 12:00:28
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ilma Ridha Nuraida

NIM : 00000042427

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Tugas Akhir

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.

IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA

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, 20 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Ilma Ridha Nuraida)

KATA PENGANTAR

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

“IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari, bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian 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., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Agus Kustiwa S.Sos., M.Si., sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. selaku Ketua Sidang dan Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan selama sidang.
6. Keluarga saya, yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Sahabat saya, Muhammad Dicky Ananda yang telah membantu dan memberikan dukungan semangat dan motivasi.
8. Teman-teman saya, Arifah Khansa dan Claudia Farren yang telah membantu dan memberikan dukungan semangat dan motivasi.
9. Perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan akses buku dan tempat yang mendukung penulis.

10. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia nya yang tak terhingga kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini
Semoga karya skripsi ini dapat menjadi bahan referensi penelitian selanjutnya dan untuk peneliti selanjutnya tetap semangat dalam menjalankan proses. Semoga karya ilmiah ini bisa menjadi bekal untuk penelitian yang akan datang.

Tangerang, 20 Maret 2024



(Ilma Ridha Nuraida)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA

(Ilma Ridha Nuraida)

ABSTRAK

Banyak perusahaan melakukan kegiatan komunikasi pemasaran dalam menjalankan bisnisnya, *direct marketing* merupakan alat pemasaran yang bermanfaat untuk menghubungkan langsung antara perusahaan dengan pelanggan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan tanggapan (*feedback*) dan membangun hubungan dengan pelanggan. Penelitian ini menggali kegiatan *direct marketing* dari PT Mediamaz Solusindo Nusantara yang merupakan sebuah perusahaan penerjemah tersumpah, legalisasi kementerian atau kedutaan asing, serta interpreter bahasa asing yang fokus dalam memenuhi kebutuhan komunikasi nasional ataupun internasional. Jenis, sifat penelitian, dan metodologi penelitian ini adalah kualitatif deskriptif studi kasus dengan melakukan wawancara kepada beberapa informan dari PT Mediamaz Solusindo Nusantara, hasil wawancara diuji dengan triangulasi data dan dianalisis dengan metode *pattern matching*. Penelitian ini menunjukkan bahwa PT Mediamaz Solusindo Nusantara hanya menjalankan 4 kegiatan dari 6 kegiatan pada konsep *direct marketing* dalam implementasi komunikasi pemasarannya.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Direct Marketing*, PT Mediamaz Solusindo Nusantara

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

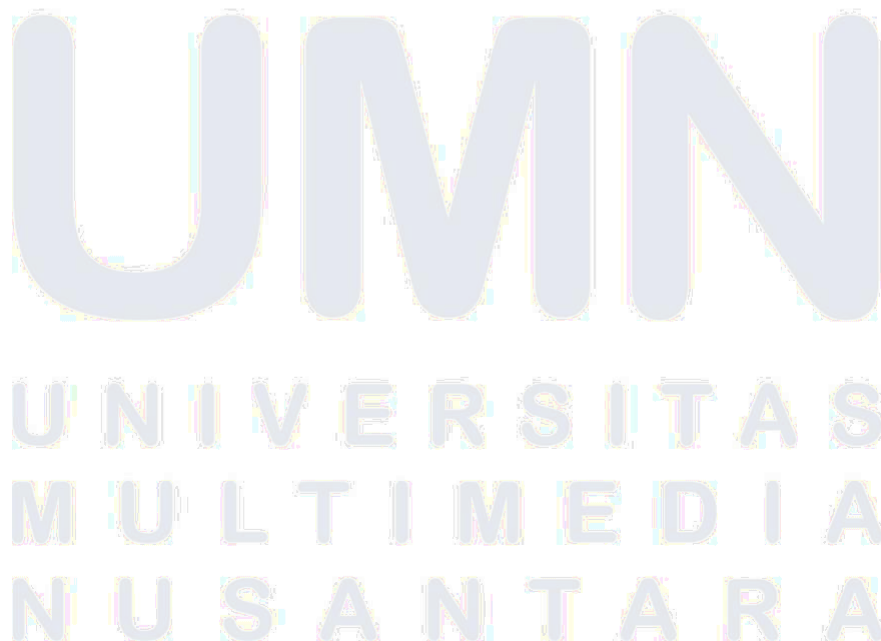
THE IMPLEMENTATION OF DIRECT MARKETING AT PT MEDIAMAZ SOLUSINDO NUSANTARA

(Ilma Ridha Nuraida)

ABSTRACT

Many companies carry out marketing communications activities in running their business. Direct marketing is a useful marketing tool for connecting directly between companies and customers with the aim of getting feedback and building relationships with customers. This research explores the direct marketing activities of PT Mediamaz Solusindo Nusantara, which is a sworn translation company, legalization of foreign ministries or embassies, as well as foreign language interpreters who focus on meeting national or international communication needs. The type, nature of research and methodology of this research is a qualitative descriptive case study by conducting interviews with several informants from PT Mediamaz Solusindo Nusantara. The results of the interviews were tested by data triangulation and analyzed using the pattern matching method. This research shows that PT Mediamaz Solusindo Nusantara only carries out 4 activities out of 6 activities under the direct marketing concept in implementing its marketing communications.

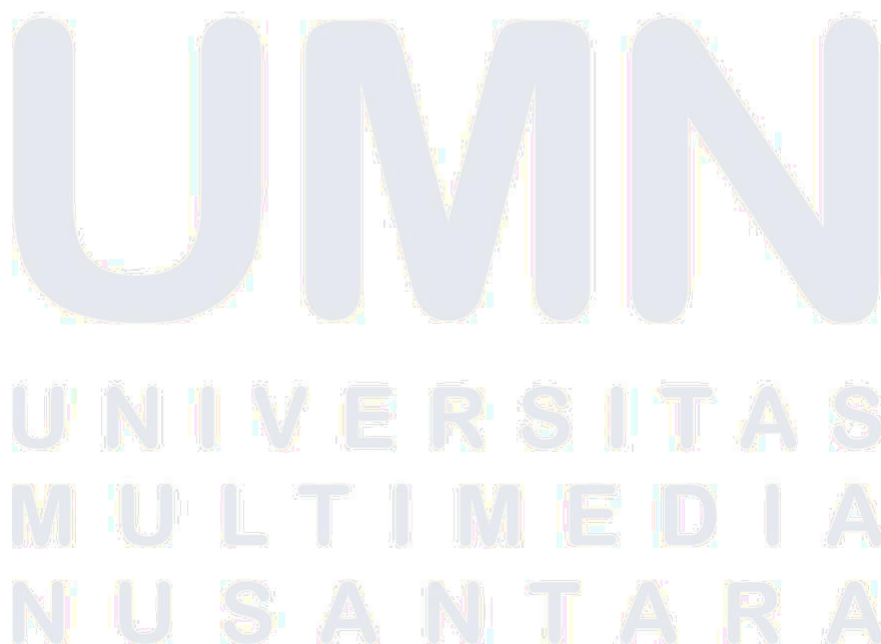
Keywords: *Marketing Communication, Direct Marketing, PT Mediamaz Solusindo Nusantara*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Akademis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.5.3 Manfaat Sosial	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan	13
2.3 Alur Penelitian	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Paradigma Penelitian	19
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	20
3.3 Metode Penelitian	21
3.4 <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>.....	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	23
3.6 Keabsahan Data	23

3.7	Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		27
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	27
4.2	Hasil Penelitian	29
4.3	Pembahasan.....	41
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		48
5.1	Simpulan.....	48
5.2	Saran	49
5.2.1	Saran Akademis	49
5.2.2	Saran Praktis	49
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN		53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo PT Mediamaz Solusindo Nusantara	29
Gambar 4.2.1 Diskusi Tim <i>Marketing</i> dengan HRD.....	32
Gambar 4.2.2 Pelayanan Tim <i>Marketing</i> Kepada Pelanggan.....	35
Gambar 4.2.3 Konten Instagram PT Mediamaz Solusindo Nusantara.....	38
Gambar 4.3 Informasi Perusahaan PT Mediamaz Solusindo Nusantara.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Formulir Konsultasi.....	53
Lampiran B - <i>Curriculum Vitae</i>	55
Lampiran C - Bukti Turnitin.....	56
Lampiran D - Coding.....	58
Lampiran E - Transkrip Wawancara	62

