



**MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN
UNTUK PENJUALAN JAMU ANGGER WARAS
PADA PELANGGAN DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom)

Oleh

Dito Kurniawan Putra

NIM : 04040520106

Dosen Pembimbing:

Imam Maksum, S.Ag., M.Ag

NIP : 197306202006041001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dito Kurniawan Putra

NIM : 04040520106

Prodi : Ilmu Komunikasi

Saya dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Manajemen Komunikasi Pemasaran untuk Penjualan Jamu Angger Waras Pada Pelanggan di Sidoarjo" merupakan hasil tulisan saya sendiri. Segala elemen yang bukan merupakan kontribusi pribadi dalam penulisan skripsi ini akan diidentifikasi dengan tanda sitasi dan dicantumkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Saya menyadari bahwa jika pada masa mendatang terbukti bahwa pernyataan saya ini tidak akurat, dan terdapat pelanggaran terhadap integritas karya skripsi ini, saya dengan rela menerima sanksi berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari penelitian ini.

Sidoarjo, 17 November 2023
Yang Membuat Pernyataan



Dito Kurniawan Putra
NIM. 04040520106

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Dito Kurniawan Putra
NIM : 04040520106
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi Pemasaran untuk
Penjualan Jamu Angger Waras Pada
Pelanggan di Sidoarjo

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 08 Desember 2023
Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Imam Maksum, S.Ag., M.Ag
NIP : 197306202006041001

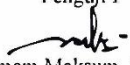
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI
MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN
UNTUK PENJUALAN JAMU ANGGER WARAS
PADA PELANGGAN DI SIDOARJO

SKRIPSI
Disusun Oleh


Dito Kurniawan Putra
NIM : 04040520106

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu
Pada Tanggal 28 Desember 2023
Tim Penguji


Penguji I


Dr. Imam Maksun, S.Ag, M.Ag
NIP. 197306202006041001

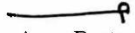
Penguji II


Dr. Nikmah Hadiah Salisah, S.In, M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji III


Advan Navis Zubaidi, S.St, M.Si
198311182009011006

Penguji IV


Abu Amar Bustomi, M.Si NIP.
197102042005011004

28 Desember 2023

Rekan



Dr. Moch. Nurul Arif, S.Ag., M.Fil.I

NIP. 197102042005011004

iv



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dito Kurniawan Putra
NIM : 04040520106
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : ditokurniawan77@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

MANAJEMEN KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK PENJUALAN JAMU ANGER

WARAS PADA PELANGGAN DI SIDOARJO

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 - 01 - 2024

Penulis


(Dito Kurniawan . P)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Dito Kurniawan Putra, NIM 04040520106, 2023. Manajemen Komunikasi Pemasaran untuk Penjualan Jamu Angger Waras Pada Pelanggan di Sidoarjo.

Manajemen komunikasi merupakan proses yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan segala bentuk komunikasi dalam suatu organisasi atau antara organisasi dengan pihak eksternal. Dalam konteks produk Jamu Angger Waras, konsep manajemen komunikasi menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana informasi dan komunikasi terkait produk tersebut diorganisir dan disampaikan.

Penelitian ini bertujuan mendapatkan pemahaman mendalam melalui analisis pendekatan komunikasi, isi pesan, dan interaksi antara penjual dan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi kinerja komunikasi yang diterapkan, dengan fokus pada sejauh mana strategi tersebut berhasil menarik perhatian konsumen dalam menyampaikan pesan positif mengenai produk Jamu Angger Waras.

Penelitian ini mencakup konsep manajemen komunikasi pemasaran, komunikasi interpersonal antara penjual dan pembeli, teori citra merek Kotler dan Keller, metode penelitian kualitatif, serta penerapan strategi manajemen komunikasi pemasaran. Hasil penelitian menemukan bahwa manajemen komunikasi Jamu Angger Waras berhasil membangun kepercayaan konsumen di Sidoarjo melalui strategi pemasaran. Analisis strategi penyesuaian terhadap perubahan pasar, dan strategi penetapan harga yang matang menjadi faktor ciri khas di pasar Sidoarjo.

Kata Kunci : Manajemen Komunikasi Pemasaran, Citra Merek Kotler dan Keller, Komunikasi Interpersonal.

ABSTRACT

Dito Kurniawan Putra, NIM 04040520106, 2023. Marketing Communication Management for the Sales of Jamu Angger Waras to Customers in Sidoarjo.

Communication management is a process that involves planning, execution, and supervision of all forms of communication within an organization or between organizations and external parties. In the context of the product Jamu Angger Waras, the concept of communication management becomes crucial to understand how information and communication related to the product are organized and conveyed.

This research aims to gain a deep understanding through the analysis of communication approaches, message content, and interactions between sellers and customers. Additionally, the research aims to evaluate the performance of applied communication, focusing on the extent to which these strategies successfully capture the attention of consumers in delivering positive messages about Jamu Angger Waras.

The study encompasses the concepts of marketing communication management, interpersonal communication between sellers and buyers, the brand image theory of Kotler and Keller, qualitative research methods, and the implementation of marketing communication management strategies. The research findings indicate that the communication management of Jamu Angger Waras has successfully built consumer trust in Sidoarjo through marketing strategies. The analysis of strategies adapting to market changes and well-thought-out pricing strategies becomes differentiating factors for success in the Sidoarjo market.

Keywords : Marketing Communication Management, Brand Image by Kotler and Keller, Interpersonal Communication.

المستخلص

ديتو كورنياوان بوترا، الرقم الوطني للطالب 04040520106، 2023. إدارة الاتصال التسويقي لبيع جامو أنجر وارس للمعلماء في سيدوارجو.

إدارة الاتصال هي عملية تشمل التخطيط والتنفيذ والرصد لجميع أشكال الاتصال داخل منظمة ما أو بين المنظمات والأطراف الخارجية. في سياق منتج جامو أنجر وارس، تصبح مفهوم إدارة الاتصال أمرًا حيويًا لفهم كيف يتم تنظيم ونقل المعلومات والاتصال المتعلق بالمنتج.

تهدف هذه البحث إلى الحصول على فهم عميق من خلال تحليل نهج الاتصال، ومحتوى الرسالة، والتفاعل بين البائع والزيون. بالإضافة إلى ذلك، تهدف هذه البحث أيضًا إلى تقييم أداء الاتصال المطبق، مع التركيز على مدى نجاح هذه الاستراتيجيات في جذب انتباه العملاء في نقل رسائل إيجابية حول منتج جامو أنجر وارس.

تشمل الدراسة مفهوم إدارة الاتصال التسويقي، والاتصال البيئي بين البائع والمشتري، نظرية صورة العلامة التجارية من قبل كوتلر وكيلر، وأساليب البحث الكيفية، بالإضافة إلى تنفيذ استراتيجيات إدارة الاتصال التسويقي. تشير نتائج البحث إلى أن إدارة الاتصال لجامو أنجر وارس نجحت في بناء ثقة العملاء في سيدوارجو من خلال استراتيجيات التسويق. تحليل استراتيجيات التكيف مع التغيرات في السوق، واستراتيجيات تحديد الأسعار المدروسة تصبح عوامل التمييز الناجحة في سوق سيدوارجو.

كلمات مفتاحية: إدارة الاتصال التسويقي، صورة العلامة التجارية كوتلر وكيلر، الاتصال البيئي.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
المستخلص	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definisi Operasional	11
1. Manajemen Komunikasi	11
2. Pengertian Jamu Tradisional	12
3. Penjual Jamu	13
4. Konsumen.....	14

F. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	17
A. Kajian Teori.....	17
1. Komunikasi Pemasaran.....	17
2. Bahasa Tubuh (Body Language) Penjual terhadap Pelanggan.....	20
3. Perspektif Islam.....	21
4. Kajian Hasil Peneliti Terdahulu.....	25
B. Kerangka Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian	35
C. Jenis dan Sumber Data	35
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Validasi Data.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	45
1. Profil Jamu Angger Waras.....	45
2. Foto Produk Jamu Angger Waras	46
3. Profil Informan.....	47
B. Penyajian Data.....	49
1. Strategi komunikasi yang digunakan oleh penjual Jamu Angger Waras dalam membangun kepercayaan konsumen dengan pelanggan di Sidoarjo.....	50

2. Upaya membangun kepercayaan konsumen, penjual Jamu Angger Waras menggunakan bahasa tubuh sebagai strategi bentuk penerapan manajemen komunikasinya.	58
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
1. Hasil Temuan Penelitian	62
2. Konfirmasi Temuan Teori.....	70
3. Analisis Perspektif Islam.....	77
BAB V PENUTUP.....	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	85
C. Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	87



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Informan Penelitian..... 48



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Jamu Angger Waras.....	46
Gambar 4.2 Wawancara dengan Konsumen Jamu Angger Waras	51
Gambar 4. 3 Wawancara dengan Anak Pemilik Jamu Angger Waras	54
Gambar 4. 4 Anak Owner Melayani Konsumen.....	57
Gambar 4. 5 Owner Jamu Angger Waras	59



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pikir Penelitian 33



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, Dita, And Dedy Ansari Harahap, 'Pengaruh Komunikasi pemasaran Jamu Angger Waras Terhadap Kesadaran Merek Pelanggan', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal Of Theory And Applied Management*, 11.3 (2018), 207
- Andriani, Astri Dwi, 'Islamic Perspective Marketing Communication Strategy', *Indonesian Journal Of Advanced Research*, 2.1 (2023), 1–12
- Azizuddin, Imam, 'Jamu Tradisional Peningkat Imunitas Di Masa Pandemi', *Jrce (Journal Of Research On Community Engagement)*, 2.2 (2021), 38–42
- Budiantho, Jeine Dewi, 'Penjual Jamu Keliling Di Kecamatan Malalayang Kota Manado', *Holistik, Journal Of Social And Culture*, 2014
- Budianto, Apri, 'Manajemen Komunikasi', Yogyakarta: Ombak, 2015, 11–57
- Dewi, Sandra, 'Pengaruh Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Blackberry Pada Mahasiswa Di Universitas Widyatama Bandung', 2012
- Fani, Sartika Aprilia, 'Pengaruh Komunikasi pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha V-Ixion (Studi Pada Pt. Lautan Teduh Interniaga)', 2016
- Farahdiba, Dea, 'Konsep Dan Strategi Komunikasi pemasaran: Perubahan Perilaku Konsumen Menuju Era Disrupsi', *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8.1 (2020), 22–38

- Firmansyah, Anang, 'Komunikasi pemasaran', Pasuruan: Qiara Media, 3 (2020)
- Hasanah, Amalia, H. E. Bahruddin, And Maemunah Sadiyah, 'Manajemen Komunikasi Pendidikan Agama Islam', *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6.02 (2023)
- Hasmawati, Fifi, 'Manajemen Dalam Komunikasi', *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 5.6 (2018)
- 'Identifikasi Bahan Kimia Obat Dalam Jamu Pegel Linu Seduh Dan Kemasan Yang Dijual Di Pasar Bandar | Saputra | Jurnal Wiyata: Penelitian Sains Dan Kesehatan' <<https://Wiyata.iik.ac.id/index.php/Wiyata/article/view/59>> [Accessed 26 September 2023]
- Ilmi, Hana Zahrotul, 'Perencanaan Strategi Komunikasi pemasaran Terpadu Untuk Mengenalkan Potensi Wisata Daerah Melalui City ing (Studi Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Malang)' (University Of Muhammadiyah Malang, 2018)
- Jurusan Administrasi Niaga, Universitas Tulang Bawang Lampung, And Thabita Carolina, 'Strategi Promosi Jamu Tradisional Rejo Waluyo Di Pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah', *Jurnal Perspective Business*, 2018 <<https://doi.org/10.37090/jpb.v2i2.383>>
- Kinanti, Ken Rosses, 'Strategi Komunikasi pemasaran Kantin Mini Chef Pada Masa Pandemi Covid-19' (Universitas Islam Riau, 2021)

- Kristiyani, Iin, 'Pengaruh Komunikasi Non Verbal Terhadap Kepuasan Pelanggan', Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi, 12.1 (2012)
- Labayk, Simanjonong, 'Manajemen Komunikasi Untuk Meningkatkan Kinerja Pegawai Di Kantor Kementerian Agama Kota Binjai' (Pascasarjana Uin-Su, 2012)
- Lukitaningsih, Ambar, 'Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi pemasaran', Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan, 13.2 (2013), 116–29
- 'Menjaga Kepercayaan Konsumen Melalui Strategi Komunikasi pemasaran Pada Produk Jamu Tradisional | Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Jebi)' <[Http://Ejurnal.Uij.Ac.Id/Index.Php/Jebi/Article/View/1278](http://Ejurnal.Uij.Ac.Id/Index.Php/Jebi/Article/View/1278)> [Accessed 26 September 2023]
- Mulyasih, Tri, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Jamu Nyonya Meneer Semarang' (Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2000)
- Mustafa, Delly, Syarifuddin Hs, And Muhammad Natsir Mallawi, 'Strategi Komunikasi pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Buku Pt. Rineka Cipta Makassar', Jurnal Ilmu Komunikasi, 3 (2022)
- Nurdiany, Sitta, 'Strategi Komunikasi pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Murid Kursus Bahasa Inggris Ialf Surabaya (Kasus Pada Ialf Surabaya)' (Universitas Airlangga, 2015)

- Nurdiyanto, Ahmad Dwi, And Mochamad Purnomo, ‘Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Komunikasi pemasaran Terhadap Ekuitas Merek’, *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 7.3 (2020)
- Nurliyanti, Nurliyanti, Anestesia Arnis Susanti, And Baruna Hadibrata, ‘Pengaruh Harga, Promosi Dan Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen)’, *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2.2 (2022), 224–32 <<https://doi.org/10.38035/Jihhp.V2i2.982>>
- Palupi, Galuh Ratna, Siti Wahyuningsih, And Suharno Suharno, ‘Identifikasi Permasalahan Implementasi Pembelajaran Pada Masa Pandemi Di Sekolah Dasar’, *Jpi (Jurnal Pendidikan Indonesia): Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 8.1 (2013)
- ‘Penerapan Komunikasi pemasaran Produk-Produk Ud Tiga Wanita Nyonya Girang Melalui Media Periklanan - Unika Repository’ <<http://Repository.Unika.Ac.Id/19534/>> [Accessed 26 September 2023]
- ‘Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana: Strategi Komunikasi pemasaran Produk Online “Grosir Kosmetik Karangjati”’ <<https://Repository.Uksw.Edu/Handle/123456789/19427>> [Accessed 27 September 2023]

- Sari, Novia, 'Strategi Komunikasi pemasaran Pt. Allianz Life Inonesia Dalam Pengambilan Keputusan Nasabah Di Samarinda', E-Journal Ilmu Komunikasi Vol. 2 (2) Hal: 89, 103 (2014)
- Setyono, Tri, 'Analysis To Brancruptcy Factors Of Parang Husada Indonesian Traditional Medicine Industry At Kediri District', 01.05 (2017)
- Srisusilawati, Popon, M. Andri Ibrahim, And Randi Ganjar, 'Komunikasi pemasaran Syariah Dalam Minat Beli Konsumen', Jesi (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia), 9.1 (2019), 65
<[https://doi.org/10.21927/Jesi.2019.9\(1\).65-71](https://doi.org/10.21927/Jesi.2019.9(1).65-71)>
- 'Strategi Komunikasi pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung Kidsplay Suroboyo Carnival Park - Untag Surabaya Repository' <<http://repository.untag-sby.ac.id/11488/>> [Accessed 27 September 2023]
- Suryana, Asep, 'Konsep-Konsep Dasar Komunikasi Persuasif', Universitas Terbuka, 2014
- Venessa, Ike, And Zainul Arifin, 'Pengaruh Citra Merek (Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 Dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B' (Brawijaya University, 2017)
- Weningtyas, Enggarayu, And Miftahun Ni'mah Suseno, 'Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen',

Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi, 17.1 (2012), 17–25
<https://doi.org/10.20885/Psikologika.Vol17.Iss1.Art2>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A