



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI
PEMASARAN PADA CAMPUS EXPO SMAPACAME
SMAN 4 KEDIRI**

Skripsi

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Rizqy Abdhullah Putra
04020520079

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqy Abdhullah Putra

NIM : 04020520079

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul ***Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Campus Expo Smapacame SMAN 4 Kediri*** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, Desember 2023

Yang membuat pernyataan



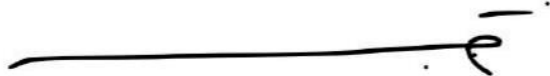
Rizqy Abdhullah Putra
04020520079

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Rizqy Abdhullah Putra
NIM : 04020520079
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran
pada Campus Expo Smapacame SMAN 4
Kediri

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 26 Desember 2023
Menyetujui,
Pembimbing



Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

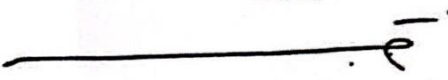
IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA CAMPUS EXPO SMAPACAME SMAN 4 KEDIRI SKRIPSI

Disusun Oleh
Rizqy Abdhullah Putra
04020520079


Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata
Satu pada tanggal 3 Januari 2024

Tim Penguji


Penguji I


Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP. 197102042005011004


Penguji II


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

Penguji III



Dr. Fikry Zahria Emeraldien, S.I Kom., M.A.
NIP. 198908282020122016

Penguji IV


Muchlis, S.Sos.I, M.Si
NIP. 197911242009121001



Surabaya, Januari 2024
Dekan,


Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Rizqy Abdhullah Putra
NIM : 04020520079
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : 04020520079@student.uinsby.ac.id

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

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

yang berjudul :

Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Campus Expo Smapacame SMAN 4 Kediri

beserta 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,

Penulis



(Rizqy Abdhullah Putra)

nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Rizqy Abdhullah Putra, 2023. *Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran pada Campus Expo Smapacame SMAN 4 Kediri.*

Bauran komunikasi pemasaran merupakan turunan dari komunikasi pemasaran, yang merupakan salah satu hal yang penting dilakukan pada era sekarang, hampir seluruh aspek membutuhkan komunikasi pemasaran. Salah satu aspek yang membutuhkannya adalah pendidikan tinggi, pada industri pendidikan, lembaga penyedia perguruan tinggi perlu bersaing satu sama lain. *Campus expo* Smapacame merupakan salah satu wadah bauran komunikasi pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan perguruan tinggi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan di *campus expo* Smapacame. Penelitian ini menggunakan fenomenologi dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, pada *campus expo* Smapacame, perguruan tinggi melakukan 4 elemen bauran komunikasi pemasaran yaitu: Iklan (*Advertising*), Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), dan Hubungan Masyarakat (*Public Relations*).

Kata Kunci: *Bauran Komunikasi Pemasaran, Perguruan Tinggi, Expo Campus*

ABSTRACT

Rizqy Abdhullah Putra, 2023. Implementation of the Marketing Communication Mix at the Smapacame SMAN 4 Kediri Campus Expo.

The marketing communications mix is a derivative of marketing communications, which is one of the important things to do in the current era, almost all aspects require marketing communications. One aspect that requires it is higher education. In the education industry, institutions providing higher education need to compete with each other. Smapacame campus expo is one of the marketing communication mix platforms used to promote higher education. The purpose of this research is to determine the marketing communication mix carried out at the Smapacame campus expo. This research uses phenomenology with a qualitative descriptive research type. The research results show that: First, at the Smapacame campus expo, universities carried out 4 elements of the marketing communication mix, namely: Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, and Public Relations.

Keywords: *Marketing Communication Mix, Higher Education, Expo Campus*

المسرد تخلص

رزقي عبدالله بوترا، 3202. تنفيذ مزيج الاتصالات
Kediri مدرسة ثانوية عليا التسوية في معرض emacapamS
حرم الجامعة معرض

هو أحد الأشياء يعد مزيج الاتصالات التسويقية أحد مشتقات الاتصالات التسويقية، و
ه تقريباً المهمة التي يجب القيام بها في العصر الحالي، حيث تتطلب جميع جوانب
اتصالات تسوية قية. أحد الجوانب التي تتطلب ذلك هو التعليم
المؤسسات التي تقدم العالي. في صناعة التعليم، تحتاج
التعليم العالي إلى التنافس مع بعضها البعض. يعد معرض
أدمنصات مزيج الاتصالات التسوية قية حرم الجامعة Smapacame
المسرد تخدم ل تعزيز التعليم العالي. الغرض من هذا البحث هو
تحديد مزيج الاتصالات التسوية الذي تم تنفيذه في معرض
امعي. يستخدم هذا البحث علم الظواهر مع نوع البحث لمرحلة Smapacame
Smapacame الوصفي النوعي. تظهر نتائج البحث ما يلي: أولاً، في معرض
الحرم الجامعي، نفذت الجامعات 4 عناصر من مزيج الاتصالات
التسوية، وهي: الإعلان، والبيع الشخصي، وترويج الامبيعات،
والعلاقات العامة.

المفتاح: مزيج الاتصالات التسوية، التعليم الكلمات
حرم المعرض

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep.....	7
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II	12
KAJIAN TEORITIK	12
A. Landasan Teori.....	12
B. Komunikasi Pemasaran dalam Perspektif Islam	22

C. Kerangka Pikir Penelitian	24
D. Penelitian Terdahulu	25
BAB III.....	28
METODE PENELITIAN.....	28
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	28
B. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian	29
C. Jenis dan Sumber Data.....	29
D. Tahap-tahap Penelitian.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data.....	37
G. Teknik Validasi Data	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	41
B. Penyajian Data	48
C. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
A. Simpulan	75
B. Rekomendasi.....	75
C. Keterbatasan Penelitian.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Poster Smapacame.....	41
Gambar 4.2 Logo SMAN 4 Kediri.....	43
Gambar 4.3 Logo IKALPATRI.....	44
Gambar 4.4 Dokumentasi Kegiatan Smapacame	52
Gambar 4.5 Media Promosi Digital Smapacame	53
Gambar 4.6 Dokumentasi Kegiatan Smapacame	58
Gambar 4.7 Dokumentasi Kegiatan Smapacame	58
Gambar 4.8 Media Promosi Smapacame	62
Gambar 4.9 Dokumentasi Kegiatan Smapacame	64



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Contoh Penerapan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	16
--	-----------



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Elemen Komunikasi Pemasaran.....	15
Bagan 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian.....	25



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

‘» Abraham Lincoln Quotes’

<<https://abrahamlincoln.org/features/speeches-writings/abraham-lincoln-quotes/>> [accessed 22 December 2023]

Anwar, Syava Mustavida, Dita Dwi Kusumawardi, Dio Duta Erlangga, Hendri Hermawan Adinugraha, and Drajat Setiawan, ‘Sosialisasi Pengenalan Dunia Kampus Kepada Siswa/Siswi SMA N 1 Kajen Pekalongan’, *DIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, I.I (2003), 36–43 <<https://doi.org/10.57101/dimasjurnal>>

‘Badan Pusat Statistik’, 2023 <<https://www.bps.go.id/>> [accessed 18 September 2023]

Dzilqarnain, Hamzah, ‘Strategi Komunikasi Pemasaran Universitas Muhammadiyah Magelang’ (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015)

Dzulhusna, Najhan, Nunung Nurhasanah, and Yuda Nur Suherman, ‘Qaulan Sadida, Qaulan Ma’rufa, Qaulan Baligha, Qaulan Maysura, Qaulan Layyina Dan Qaulan Karima Itu Sebagai Landasan Etika Komunikasi Dalam Dakwah’, *JOURNAL OF ISLAMIC SOCIAL SCIENCE AND COMMUNICATION (JISSC) DIKSI*, 1.02 (2022), 76–84 <<https://doi.org/10.54801/jisscdiksi.v1i02.114>>

Hakim, Abdul, ‘Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Kota Malang (Studi Kasus pada Bisnis Pemain dan Pecinta Sepak Bola)’, *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1.7 (2020), 1449–58 <<https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.266>>

- Ikalpatri'22, 'Proposal Smapa Expo Campus XII 2023'
(Ikalpatri 2022, 2023)
- Kotler, Philip, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (SAGE Publications, 2018)
- Moleong, Lexi J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 17 (Remaja Rosdakarya, 2002)
- Morrison, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Kencana, 2015)
- Naudé, Pete, and Jonathan Ivy, 'The Marketing Strategies of Universities in the United Kingdom', *International Journal of Educational Management*, 13.3 (1999), 126–36 <<https://doi.org/10.1108/09513549910269485>>
- Nitisusastro, Mulyadi, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Alfabeta, 2012)
- Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Alfabeta, 2017)
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran* (Remaja Rosdakarya, 2003)
- Simbolon, Mega Ananda Gabehita, 'Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta Di Indonesia Dalam Menghadapi Era Disrupsi' (unpublished skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, 2022)

Soemanagara, Rd, *Strategic Marketing Communication: Konsep Strategis Dan Terapan* (Alfabeta, 2012)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Alfabeta, 2014)

Sulaksana, Uyung, *Integrated Marketing Communication: Teks Dan Kasus* (Pustaka Pelajar, 2003)

Sumargo, Bagus, 'Pendidikan Bisnis, Bisnis Pendidikan', *The Winners*, 5.2 (2004), 108
<<https://doi.org/10.21512/tw.v5i2.3855>>

'Tentang Kami - Situs Resmi'
<<https://sman4kediri.sch.id/page/tentang-kami>>
[accessed 24 November 2023]



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A