



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK DOKTERPOST
di PT. Multimedika Indonesia**

SKRIPSI

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

Oleh :

**Yazid Albusthomy
NIM. B06216042**

Dosen Pembimbing :

**Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si
NIP.197106021998031001**

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

2023

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yazid Albusthomy

NIM : B06216042

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Komunikasi Pemasaran Produk Dokterpost di PT. Multimedika Digital Indonesia* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dalam daftar Pustaka.

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

Surabaya, 10 juli 2023

Yang membuat pernyataan



Yazid Albusthomy

B06216042

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Yazid Albusthomy
NIM : B06216042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran
Produk Dokterpost di PT. Multimedika
Digital Indonesia

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 10 Juli 2023
Menyetujui Pembimbing,



Prof. Dr. H. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si
NIP.197106021998031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK DOKTERPEOST DI PT
Multimedika Digital Indonesia

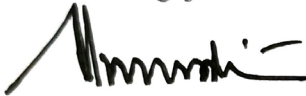
SKRIPSI

Disusun Oleh:
Yazid Albusthomy B06216042

Telah diuji dan dinyatakan lulus ujian dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 14 juli 2023

Tim Penguji

Penguji I



Prof. Dr. H. Ali Nurdin S.Ag, M.Si

Penguji II



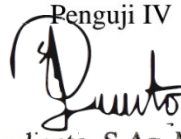
Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag

Penguji III



Muchlis, S.Sos.I, M.Si

Penguji IV



Pardianto, S.Ag, M.Si

Surabaya, 14 Juli 2023

Dekan



Dr. Moch. Choirul Arief, S.Ag, M.Fil.I

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Yazid Albushtomy
NIM : 806216042
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi - Ilmu Komunikasi
E-mail address : albushtomy89@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 :

Komunikasi Pemasaran produk Dokterpast di PT. Muttimatika
Manajemen

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, 12 Maret 2026

Penulis



(Yazid . A .)

ABSTRAK

Yazid Albusthomy, NIM. B06216042, 2023.

**Komunikasi Pemasaran Produk Dokterpost di PT.
Multimedika Digital Indonesia.**

Penelitian ini membahas tentang Komunikasi pemasaran produk Dokterpost di PT. Multimedika Digital Indonesia dalam memasarkan produk kepada dokter. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara Dokterpost dalam memasarkan produknya kepada dokter dan bagaimana cara produk Dokterpost ini bisa bersaing dengan produk lain yang menawarkan edukasi lain.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan data yaitu data wawancara informan dan data sekunder. Selanjutnya data dianalisis dengan menggunakan teori *Intergrated Marketing Communication*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dokterpost adalah, 1) menggunakan advertising untuk menarik minat dokter, 2) menggunakan direct marketing untuk menawarkan produknya pada rumah sakit dan puskesmas, 3) internet marketing untuk memperluas jangkauan penjualan, 4) menggunakan personal selling untuk memasarkan secara langsung kepada setiap individu.

Implementasi dari penelitian ini adalah Dokterpost diharapkan meningkatkan kualitas komunikasi pemasarannya agar dapat memasarkan produknya lebih baik.

**Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Produk,
Dokterpost ABSTRACT**

**Yazid Albusthomy, B06216042, 2023. Dokterpost
Product Marketing Communication**

This study discusses the marketing communication of Dokterpost. Marketing communication is directed to the public. This aims to find out how Dokterpost markets its products to the public and how it is. Dokterpost products can compete with other flipchart education products.

This research uses descriptive qualitative research with data sources mainly primary data and secondary data. Furthermore, the data were analyzed using Intergrated Marketing Communication theory.

The results of this study indicate that marketing communication used by Dokterpost are, 1) using advertising to attract public interest, 2) using direct marketing to offer its products to hospital and public health center, 3) internet marketing to expand sales reach, 4) use personal selling to market directly to each individual

The implementation of this research is Dokterpost is expected to improve the quality of marketing communication in order to market their product.

Keywords: Marketing communication, Product, Dokterpost الملخص

اتصالات تسويق المنتجات نقطة طيب. 2023 ، B06216042 ، يزيد البغر
تناقش هذه الدراسة الاتصالات التي تل نقطة طيب في تسويق منتجاتها
للجمهور. يهدف هذا البحث إلى استكشاف كيفية استخدامها للجمهور وكيف
يمكن أن يحسنه نقطة طيب هذا التناقص في التعليم الأخرى

يستخدم هذا البحث الوصفي مع مصادر بيانات وهي بيانات
مقابلة الخبير. البيانات الثانوية تم تحليل البيانات باستخدام الاتصالات
وبقائية المتكاملة

تشير نتيجة هذه الدراسة أن الاتصالات التسويقية في هذا المجال نقطة طيب
تستخدم الإعلانات المباشرة (1) للمستهلكين في المستشفيات ومرضى العامة (3) التسويق عبر الإنترنت
لتوسيع نطاق المبيعات (4) استخدام البيع الشخصي للسوق مباشرة لكل فرد
تنفيذ هذا البحث هو نقطة طيب من المتوقع أن يحسن جودة الاتصالات
، التسويقية من أجل تسويق منتجاتها بشكل أفضل بحيث يتم زيادة المصلحة العامة
وللباحثين المتابعين الفرعيين، من المتوقع أن تركز المزيد من الأبحاث على إدارة
اتصالات نقطة طيب.

الكلمات الرئيسية: الاتصالات التسويقية والمنتجات والدكتور

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAHAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan.....	5
D. Manfaat.....	5
E. Definisi Konsep.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KOMUNIKASI DALAM PEMASARAN PRODUK.....	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Pentingnya Strategi Komunikasi Dalam Komunikasi Pemasaran.....	10
2. Penerapan Komunikasi Pemasaran.....	15
3. Teori <i>Intergrated Marketing Communication</i>.....	15
B. Kerangka Pikir Penelitian.....	28
C. Menurut Perspektif Islam.....	29
D. Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	36

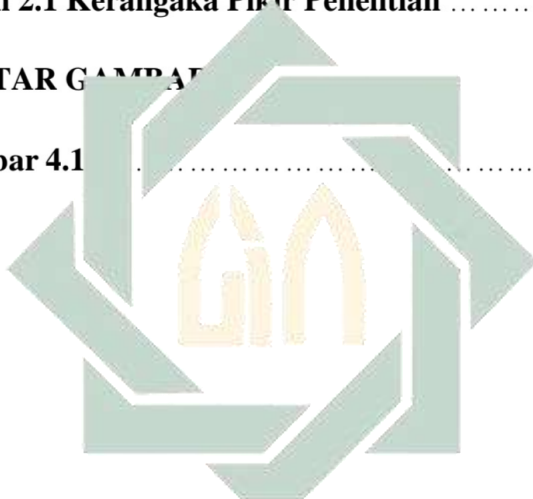
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	36
B. Subyek, Objek, dan Lokasi Penelitian	36
C. Jenis Dan Sumber Data	37
D. Tahap-Tahap Penelitian	38
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Validasi Data	42
G. Teknik Analisis	42
BAB IV STUDI TENTANG KOMUNIKASI PEMASARAN	
DOKTERPOST	45
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	45
1. Profil Dokterpost	45
2. Profil Lokasi	47
B. Penyediaan Data	47
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Dokterpost	
dalam Lingkungan	47
2. Faktor Penghambat Dokterpost	61
3. Faktor Pendukung Dokterpost	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
1. Strategi Komunikasi Melibatkan Jaringan	
Pertemanan	67
2. Pemasaran Produk dan Menarik Minat	
Dengan Mengandalkan Advertising	72
3. Pemasaran Produk dan Menarik Minat	
dengan mengadakan acara-acara Seminar	
dan Workshop	75
D. Konfirmasi Hasil Penelitian Dengan Teori....	78
E. Perspektif Islam	78
BAB V PENUTUP	81
A. Simpulan	81
B. Rekomendasi	82

DAFTAR PUSTAKA	83
BIODATA PENULIS	86
DAFTAR BAGAN	

Bagan 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	29
--	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	4
-------------------------	----------



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- A.R Bulaeng, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007).
- Arifin, A. (1984) *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Remaja Rosdakarya, (Bandung, 2005).
- Donni J. Doembana, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Perusahaan di Indonesia*, Bandung: Pustaka Setia, 2007.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Yogyakarta: CV, ANI (2008)
- Freddy Rangkuti, *The Power of Brands. Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 2002).
- Handari Nawawi, H. Murni Martini, *Penelitian Terapan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1996).
- Ismawati Doembana, Abdul Rahmat, Muhammad Farhat. *Manajemen dan Strategi Komunikasi Pemasaran*, (Yogyakarta: Zahur Publising, 2017).
- Jackie Ambadar, *Mengelola Merek*, (Jakarta: Yayasan Bina Karsa Mandiri, 2007)
- Kriyantono, Rahmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: 2009).
- Melliong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Posda Karya, 2004).
- Mufid, Muhammad, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*.

- (Jakarta: 2010).
- Nur Fatim, *Pengertian Strategi Komunikasi Serta Kriteria dan Tujuannya*, 2018.
- Onong Uchjana, Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1992).
- Pandi Afandi, *Manajemen Produk*, 2017
- Dr. Sondari F. Magian, MP, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010)
- Prisguno Soham, *Komunikasi Pemasaran Strategi dan Praktek* (Ghalia Indonesia, Jakarta, 2010)
- Rama Kesumukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep, Desain, Media, Branding dan Anggaran* (Jakarta: PT Elex Grafindo Persada, 2010)
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran jasa*, (Jakarta: Salemba empat, 2008)
- Satori Djamar'an, Komariah Aan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV, Andi Offset, 2016).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif R&D* (Bandung 2012).
- Suharsini, Arikunto, 1998. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta).
- Sutisna, *Prilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung : PT Remaja RoesdakaryaOffset, 2002).
- Syarifudin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, (Jakarta: PT Ghalia, 2010).

Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi Ke-5 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2003).

85

Umar, Husein.2002. *Saluran Distribusi. Edisi Keenam*. (Jakarta: Intern

Jurnal:

Annisa Piki Septia. *Strategi pemasaran dihome Dalam meningkatkan Peran di Kota Karang*, (Universitas Surabaja, 2018).

Hamdan, *Strategi komunikasi Pemasaran Brown cyl Dalam meningkatkan Jumlah konsumen di Kota Makassar*, (Universitas Negeri Alauddin Makassar, 2015)

Desy Permana Putri, *Strategi Komunikasi Pemasaran Coffe Toffe Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*, (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, 2012).

Loli Tamara Putri, *Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Busana Muslim Dinda Firdausa di Media Online*, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).

Alvionita, Bella. *Strategi Brand Image Hotel Oval Surabaya dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen*. (Stikosa AWS, 2014).

Lily, Fonna Herlidiana. *"Strategi Komunikasi Pemasran Batik*