KOMUNIKASI PEMASARAN INTERAKTIF BERBASIS *BROADCASTING* WHATSAPP PADA FIRST MEDIA BEKASI

SKRIPSI

Teuku Sulaeman

202110415113

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

KOMUNIKASI PEMASARAN INTERAKTIF BERBASIS *BROADCASTING* WHATSAPP PADA FIRST MEDIA BEKASI

SKRIPSI

Teuku Sulaeman
202110415113

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Komunikasi Pemasaran Interaktif Berbasis *Broadcasting* Whatsapp Pada First Media Bekasi
Nama Mahasiswa	: Teuku Sulaeman
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415113
Program Studi/Fakultas	:Ilmu Komunikasi

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NIDN. 0303108001

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Komunikasi Pemasaran Interaktif Berbasis Broadcasting Whatsapp Pada First Media Bekasi
Nama Mahasiswa	: Teuku Sulaeman
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415113
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Skripsi	: 06 Februari 2025

Jakarta, Senin 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Rina Sovianti, S.I.P, M.I.Kom .....
NIDN.0301047107

Penguji I : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom .....
NIDN.0303108001

Penguji II : Muhamad Husni Mubarok, S.Pd., M.IKom .....
NIDN.0414128601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangselegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **Komunikasi Pemasaran Interaktif Berbasis Broadcasting Whatsapp Pada First Media Bekasi,** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai peraturan yang berlaku.

Saya mengiizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025
Yang membuat pernyataan,



Teuku Sulaeman 202110415113

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Teuku Sulaeman 202110415113, Komunikasi Pemasara Interaktif Berbasis Broadcasting Whatsapp Pada First Media Bekasi.

Komunikasi pemasaran adalah upaya untuk menyampaikan nilai produk kepada konsumen melalui saluran yang relevan, termasuk media sosial seperti WhatsApp. Fitur WhatsApp Broadcasting memungkinkan pengiriman pesan massal untuk promosi produk secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan komunikasi pemasaran interaktif melalui WhatsApp Broadcasting pada First Media Bekasi. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp Broadcasting memungkinkan interaksi lebih intens antara sales dan konsumen, memberikan kemudahan dalam registrasi, menanyakan promo, serta memperoleh informasi produk dengan mudah, yang meningkatkan manfaat yang dirasakan oleh konsumen dan efektivitas promosi bagi sales.

Kata kunci:Broadcast; Komunikasi Pemasaran; Komunikasi Interaktif; Whatsapp.

ABSTRACT

***Teuku Sulaeman 202110415113**, Interactive Marketing Communication Based on Whatsapp Broadcasting at First Media Bekasi.*

Marketing communication is an effort to convey product value to consumers through relevant channels, including social media such as WhatsApp. The WhatsApp Broadcasting feature allows sending mass messages for direct product promotion. This study aims to explore the application of interactive marketing communication through WhatsApp Broadcasting at First Media Bekasi. The method used is a qualitative case study with data collection through interviews, observations, and documentation. The results of the study show that WhatsApp Broadcasting allows for more intense interaction between sales and consumers, provides convenience in registration, asking for promotions, and obtaining product information easily, which increases the benefits felt by consumers and the effectiveness of promotions for sales.

***Keywords:** Broadcast,Marketing Communication, Interactive Communication, Whatsapp*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Esa atas berkat, karunia dan rahmat-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "KOMUNIKASI PEMASARAN INTERAKTIF BERBASIS BROADCASTING WHATSAPP PADA FIRST MEDIA BEKASI". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Komala yang tidak pernah bosan memberikan banyak nasihat dan doa yang senantiasa ditunjukan kepada penulis sebagai wujud rasa cintanya yang tulus, Dan Almarhum Teuku Bachrul yang selalu mengingatkan saya sebelum beliau pergi untuk mencapai kesuksesan

Selain itu, dalam penyusunan skripsi ini, penelitian telah mendapatkan bimbingan dan pengarahan serta dukungan dari berbagai pihak, maka kesempatan ini dengan segala hormat peneliti ucapkan terima kasih kepada :

1) Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs H. Bambang Karsono, S.H., M.M.,Ph.D.Crim., HC Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2) Ibu Dra. Truly Wangselegawa, M.A., M.Ed., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3) Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., Selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4) Bapak Saeful Mujab,S.Sos., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing saya, terimakasih sudah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi
5) Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR Selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas B1 yang turut membantu penulis bidang perkuliahan dan senantiasa selalu memberikan dukungan
6) Kepada kedua orang tua tercinta Almarhum Teuku Bachrul dan Ibu Komala. Terimakasih yang tiada terhingga atas limpahan kasih sayang dan

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

cinta yang tulus , doa ibu yang tak pernah putus, materi,motivasi, nasehat, perhatian, bahkan mengorbankan apapun untuk penulis, kata kata almarhum ayah yang selalu memberikan dorongan luar biasa agar sampai pada titik yang di harapkan. Mereka lah alasan alasam utama saya untuk bekerja keras.

7) Kepada Johannes Reinaldi Turnip dan Sarah , Terimakasih selalu menemani penulis, selalu memberikan semangat dan membantu penulis dalam proses ini.

8) Kepada teman seperjuangan penulis, Bagus Ikhwansyah,Mohammad Anan Alwan Dan Aulia Bintang Tacoh. Terimakasih atas dukungan satu sama lain, terimakasih karena tidak meninggalkan penulis sendirian dalam proses ini mulai penyusunan Skripsi, pengurusan berkas sampai persiapan sidang.

9) Kepada Intan Dwi Yuliana, Citra Putri Utami, Anggi Tesanolika dan lainya yang tidak bisa disebutkan satu-satu. Terimakasih sudah menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan.

Penulis sangat menyadari bahwa Skripsi penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan diharapkan masukan dan saran dalam Skripsi ini agar nantinya Skripsi penelitian ini dapat menjadi penelitian yang lebih baik untuk kedepannya. Demikian, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih.

Bekasi, 17 Februari 2025



Teuku Sulaeman

202110415113

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 9
1.3 Pertanyaan Penelitian 9
1.4 Tujuan Penelitain 9
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.5.1 Manfaat Teoritis 9
1.5.2 Manfaat Praktis 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **11**
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.2 Kerangka Konsep 16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 16
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Interaktif 17
2.2.3 Fungsi Interactive Marketing 18
2.2.4 Tujuan Interactive Marketing 20
2.2.5 Karakteristik Interactive Marketing 20
2.2.6 Broadcasting 21
2.2.7 Indikator *broadcasting* 21

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.8 Whatsapp 22
2.2.9 Fungsi Whatsapp 22
2.2.10 Karakteristik Whatsapp 23
2.2.11 First Media 25
2.2.12 Ruang Lingkup First Media 26
2.3 Kerangka Berpikir 27
BAB III METODE PENELITIAN 28
3.1 Jenis Penelitian 28
3.2 Pendekatan Penelitian 29
3.3 Desain Penelitian 30
3.4 Subjek dan Objek Penelitian 30
3.4.1 Subjek Penelitian 30
3.4.2 Objek Penelitian 31
3.5 Teknik Pengumpulan Data 31
3.6 Teknik Analisis Data 33
3.7 Keabsahan Data 35
3.8 Tempat dan Waktu Penelitian 35
3.8.1Tempat Penelitian 35
3.8.2 Waktu Penelitian 36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 38
4.1 Hasil Penelitian 38
4.1.1 Gambaran Umum First Media Bekasi 38
4.1.2 Profil First Media Kota Bekasi 39
4.1.3 Visi Dan Misi 40
4.1.4 Profil Key Informan dan Informan 41
4.1.5 Promosi Iklan Melalui Broadcasting Whatsapp 42
4.1.6 Nilai Tambah Closing Online *Broadcast* Whatsapp Interaktif Bagi Salles 43
4.1.7 Manfaat *Broadcasting* Whatsapp secara Interaktif yang dirasakan oleh Sales 45
4.1.8 Interaksi yang Terjalin antara Sales dengan Konsumen Melalui *Broadcasting* Whatsapp Secara interaktif 46
4.1.9 Persepsi sales pada saat *Broadcasting* Whatsapp secara Interaktif 48

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.1.10 Daya Tarik Konsumen Terhadap Promo Harga dengan Menggunakan *Broadcasting* Whatsapp secara Interaktif 50
4.1.11 Frekuensi Penggunaan WhatsApp *Broadcasting* 52
4.2 Pembahasan 53
BAB V PENUTUP 59
5.1 Kesimpulan 59
5.2 Saran 59
5.2.1 Saran Akademis 59
5.2.2 Saran Praktis 60
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN64

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

2. 1 Tabel Peneliti Terdahulu 11
3. 1 Tabel Waktu Penelitian……36
4. 1 Tabel Profil Informan……...41

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pelanggan Provaider 5
Gsmbar 1. 2 Chat Broadcasting Whatsapp Indihome 6
Gambar 1. 3 Chat Broadcasting Whatsapp First Media 7
Gambar 1.4 Monitoring Pemasangan November First Media Bekasi……..….8

Gambar 4.1 Gambaran umum First Media Bekasi……..38
Gambar 4.2 Foto Tampak Depan First Media Bekasi…….39
Gambar 4.3 Visi First Media Bekasi……...40
Gambar 4.4 Misi First Media Bekasi……..40
Gambar 4.5 Proses pengiriman pesan promo……..41
Gambar 4.6 Isi chat Broadcast……55
Gambar 4.7 Isi pesan percakapan sales……..57

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

2. 2 Bagan Kerangka Berpikir 27

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 Pedoman Wawancara
Lampiran 3 Transkrip Wawancara
Lampiran 4 Tabel Reduksi Data
Lampiran 5 Dokumentasi
Lampiran 6 Observasi
Lampiran 7 Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran 8 Form Perbaikan Skripsi

Komunikasi Pemasaran.., Teuku Sulaeman, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025