IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DIGITAL* UNTUK MEMPERKUAT *BRAND IDENTITY BEGAWAN APARTMENT*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi

OLEH:
REVA AGNESIA
NIM. 2022230017

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DIGITAL* UNTUK MEMPERKUAT *BRAND IDENTITY BEGAWAN APARTMENT*

SKRIPSI

OLEH:
REVA AGNESIA
NIM. 2022230017

Disetujui oleh Dosen Pembimbing
untuk dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal: 09 April 2026

Dosen Pembimbing
Utama,

Herru Prasetya Widodo, S.AP., M.Si
NUPTK. 3454758659137063

Dosen Pembimbing
Pendamping,

Latif Fianto, S.I.Kom.,M.I.Kom
NUPTK. 1448769670130283

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Latif Fianto, S.I.Kom.,M.I.Kom
NUPTK. 1448769670130280

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DIGITAL* UNTUK MEMPERKUAT *BRAND IDENTITY BEGAWAN APARTMENT*

SKRIPSI

OLEH:
REVA AGNESIA
NIM. 2022230017

Telah dipertahankan di hadapan dan telah diterima
Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tribhuwana Tunggadewi
Pada Tanggal: 09 April 2026

Tim Penguji:

1. Herru Prasetya Widodo, S.AP., M.Si.
2. Latif Fianto, S.I.Kom.,M.I.Kom.
3. Asfira Rachmad Rinata, S.I.Kom.,M. Med.Kom.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Agung Suprojo, S.Kom., M.AP
NUPTK. 8159751652130093

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Reva Agnesia
NIM	: 2022230017
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: **"IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DIGITAL* UNTUK MEMPERKUAT *BRAND IDENTITY BEGAWAN APARTMENT*"**

Merupakan karya tulis yang saya buat sendiri dan menurut keyakinan dan pengamatan saya, skripsi ini tidak mengandung bagian skripsi atau karya tulis yang pernah diterbitkan atau ditulis oleh orang lain. Kecuali kutipan referensi yang dimuat di dalam naskah skripsi ini dan ditulis mencantumkan sumber yang jelas.

Apabila ternyata dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, saya sanggup menerima sangsi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

Malang, 09 April 2026
Yang menyatakan



REVA AGNESIA
NIM. 2022230017

MOTTO

"Segala perkara dapat kutanggung didalam Dia, yang memberi kekuatan kepadaku"
Filipi 4:13

"Walaupun terlahir bukan dari kedua orang tua yang mempunyai gelar sarjana, tapi Puji Tuhan saya bisa menjadi Sarjana, *Thanks God for Everything*"

"Hasil perjuanganmu hari ini bukanlah garis *finnish*,tapi justru mejadi gerbang baru untuk tetap melanjutkan hidup"

"Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dimasa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang yaa!"

PERSEMBAHAN

1. Sang Jurus Selamat Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu senantiasa mengiringi Langkah dan masa depan penulis yang penuh harapan.
2. Kedua orang tua saya, yaitu Bapak Riak Mangulung dan Ibu Ida Royani yang sangat saya banggakan karena tidak hentinya melambungkan doa baiknya serta memberikan dukungan dalam memperjuangkan masa depan dan kebahagia anaknya yang menjadi harapan dalam keluarga, Terimakasih atas cinta doa Saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar ini untuk bapak dan ibu saya.
3. Kepada adik saya Rasya Clara Jesica yang selalu siap mendengar keluh kesah dan cerita kakaknya walaupun dalam kondisi jarak jauh. Terima kasih ya atas waktunya. Semoga segera menyusul dan lacar juga perkuliahannya disana.
4. Kepada adik bungsu saya Reinhard Excelion Damian yang selalu menghiasi hari hari saya meskipun hanya melalui online dengan tingkah lucunya bisa mengobati rasa rindu saya terhadap keluarga dirumah. Sehat sehat ya dekk.
5. Terakhir, penulis ingin menyapaikan rasa terima kasih mendalam kepada diri sendiri, Reva Agnesia. Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian, Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah sering kali tak terlihat. Terima kasih sudah buktikkan bawah apa yang di katakan orang itu tidak mungkin dan sekarang kamu sudah buktikan bawah kamu bisa meraih semuanya dengan baik. Semoga kedepannya raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menjalani setia proses kehidupan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan dan perlindungan-Nya sehingga penulis dapat menyusun proposal sebagai pedoman untuk menambah wawasan, juga sebagai salah satu syarat kelulusan dengan judul "Implementasi *Integrated Marketing Communucation Digital* Untuk Memperkuat *Brand Identity Begawan Apartment*" dengan lancar. Skripsi ini ditulis di Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang prodi Ilmu Komunikasi. Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moral maupun materi, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dodi Wirawan Irawanto, SE., M.Com., PhD, selaku Rektor Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang
2. Dr. Agung Suprojo, S.Kom., M.AP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
3. Latif Fianto, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, sekaligus Dosen Pembimbing 2
4. Herru Prasetya Widodo, S.AP, M.Si, selaku Dosen Pembimbing 1
5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Tribhuwana Tunhggadewi Malang yang sudah memberikan ilmu yang sangat luar biasa kepada peneliti
6. Cinta pertama bapak Riak Mangulung dan Ibu Ida Royani, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tidak pernah outus. Memberikan cinta, kasih sayang, doa dan pengornbanan mengiringi setiap langkah untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih sudah berjuang membesarkan dan mendidikku sampai mendapat gelar sanjana ini. Semoga Tuhan menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri. Hduplah lebih lama babah dan mamah.
7. Kepada diri sendiri yang sudah mampu melewati setiap prosesnya.

Menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan agar penulisan laporan ini bisa bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **i**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **ii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iii**
MOTTO ..... **iv**
PERSEMBAHAN ..... **v**
RINGKASAN ..... **vi**
SUMMARY ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 11
1.3 Tujuan Penelitian 12
1.4 Manfaat Penelitian 12
1.4.1. Manfaat Teoritis 12
1.4.2. Manfaat Praktis 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **14**
2.1 Penelitian Terdahulu 14
2.2 *Marketing Communication* 17
2.2.1. Pengertian *Marketing Communication* 17
2.2.2. Konsep Komunikasi Pemasaran 17
2.2.3. Tujuan Komunikasi Pemasaran 18
2.3 *Integrated Marketing Communication* (IMC) 20
2.3.1 Pengertian *Integrated Marketing Communication* 20
2.3.2 Ciri Ciri *Integtated Marketing Communication* 20
2.3.3. Halangan dalam Implementasi *Integrated Marketing Communication* 23
2.3.4. Konsep Dasar*Integrated Marketing Communication* 23
Dalam *IMC* diperlukan beberapa konsep pemasaran yaitu: 23
2.4 *Brand Identity* 28
2.4.1. Definisi *Brand Identity* 28
2.4.2 Elemen *Brand Identity* 28
2.4.3 Manfaat *Brand Identity* 30
2.5 Kerangka Berpikir 31
BAB III METODE PENELITIAN **33**
3.1 Jenis Penelitian 33
3.2 Lokasi Penelitian 33
3.3 Fokus Penelitian 34
3.4 Jenis dan Sumber Data 34
3.5 Teknik Pengumpulan Data 35
3.6 Informan 36
3.7 Teknik Keabsahan Data 36
3.8 Teknik Analisis Data 37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 40
4.1 Gambaran Umum Instansi 40
4.1.1. Profil PT PP Properti Tbk 40
4.1.2. Profil Begawan Aparment 42
4.1.3. Visi dan Misi 43
4.1.4. Struktur Organisasi 44
4.1.5. Profil Informan 45
4.2. Penyajian Data 48
4.2.1. Periklanan Website 48
4.2.2. Promosi Penjualan 51
4.2.3. *Press Release* di *Website* 58
4.2.4. Kerja Sama dengan *Influencer* 62
4.2.5. Testimoni dan Ulasan 64
4.2.6. Pelaksanaan *Event Virtual* 70
4.3. Pembahasan 79
4.3.1. Analisis Implementasi *Integrated Marketing Communication* Digital untuk Memperkuat *Brand Identity Begawan Apartment* 79
4.3.2. Implikasi terhadap *Brand Identity Begawan Apartment* 101
BAB V PENUTUP 115
5.1 Kesimpulan 115
5.2 Saran 115
DAFTAR PUSTAKA 117
LAMPIRAN 122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Review *Begawan Apartment di Google Review* 10
Gambar 2. Kerangka Berpikir 32
Gambar 3. Model Analisis Data Interaktif Milles dan Hubarman 39
Gambar 4. PP Properti 42
Gambar 5. Logo *Begawan Apartment* 44
Gambar 6. Struktur Organisasi PP Properti 45
Gambar 7. Iklan di website Rumah 123Konten 50
Gambar 8. Konten Promosi 10.10 Begawan Apartment 54
Gambar 9. Konten Promosi Gratis Mobil 55
Gambar 10. *Press Release* di website cityguaide911fm 60
Gambar 11. *Press Release* di Website Malangkota.bnn 61
Gambar 12. Konten kolaborasi dengan pemain sepak bola Arema 64
Gambar 13. Konten testimoni *costumer Begawan Apartment* 66
Gambar 14. *Rating Begawan Apartment* 68
Gambar 15. *Rating* dan Testimoni Plaza Begawan 70
Gambar 16. Poster Event Virtual Expo 72
Gambar 17. Visual Logo *Begawan Apartment* 75
Gambar 18. Postingan Instagram *Begawan Apartment* 79
Gambar 19. Iklan di Website rumah123 82
Gambar 20. Iklan *Begawan Apartment* 83
Gambar 21. Poster Promosi 1 *Begawan Apartment* 85
Gambar 22. Poster Promosi 2 *Begawan Apartment* 86
Gambar 23. *Press Release* 1 *Begawan Apartment* 88
Gambar 24. *Press Release* 2 Begawan Apartment 89
Gambar 25. Konten Kolaborasi *Begawan Apartment* 91
Gambar 26. Konten Bersama Pegawai *Begawan Apartment* 92
Gambar 27. Konten Testimoni 94
Gambar 28. Ulasan *Begawan Apartment* 95
Gambar 29. Ulasan di *Google Review Begawan Apartment* 96

Gambar 30. Poster *Event Virtual Begawan Apartment*.....98
Gambar 31. Visual Logo *Begawan Apartment* 100
Gambar 32. Pencitraan Sebagai Hunian Eksklusif 102
Gambar 33. Identitas Sebagai Lingkungan Aman 105
Gambar 34. Citra Merek yang Adaptif dan Modern 107
Gambar 35. Identitas yang Kolaboratif.....109
Gambar 36. Reputasi Digital yang Terverifikasi 111
Gambar 37. Sebagai Identitas Ikonik.....114

DAFTAR LAMPIRAN

Dokumentasi Penelitian 122
Kartu Konsul Skripsi.....125