

**PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC)
PADA COFFEESHOP**

(Studi Terhadap Integrated Marketing Communication Pada Coffeeshop Muraco
HQ Kota Malang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu
komunikasi



Oleh:

Insan Yahya
201810040311406

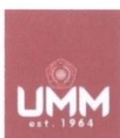
Dosen Pembimbing:

Budi Suprpto M.Si, Ph.D

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : INSAN YAHYA
NIM : 201810040311406
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial & Politik (FISIP)
Judul Skripsi :

PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA COFFESHOP
(STUDI PENERAPAN KONSEP INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PADA
COFFEESHOP DI KOTA MALANG)

Disetujui,
Pembimbing

Budi Suprpto M.Si, Ph.D

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos., M.Si.



Kampus I
Jl. Bangseng I Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan-Sidiqi No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 149 (Hunting)
F: +62 341 562 009

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 564 378 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

**PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA
COFFEESHOP**
**(Studi Terhadap Integrated Marketing Communication pada Coffeeshop Muraco
HQ Kota Malang)**

Diajukan Oleh :

Insan Yahya
201810040311406

Telah disetujui
Senin / 15 Juli 2024

Pembimbing I



Budi Suprpto, Ph.D

Wakil Dekan I



Nizamuddin Khairur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Insan Yahya
201810040311406

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Senin, 15 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Prof. Dr. Muslimin, M.Si.** ()
2. **Nasrullah, M.Si.** ()
3. **Budi Suprpto, Ph.D** ()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khairun Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/VI/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Insan Yahya
No. Induk Mahasiswa : 201810040311406
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA
"COFFEESHOP"
(Studi Terhadap Integrated Marketing Communication Pada coffeeshop Muraco HQ Kota
Malang).

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan
banyak terima kasih

Malang ,4 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Budi Suprpto M.Si, Ph.D



Kampus I

Jl. Rumanis 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 366 435

Kampus II

Jl. Bani Jاجر: S. Jam No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangani di bawah ini :



Nama : INSAN YAHYA
NIM : 201810040311406



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

“PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA COFFEESHOP”

(Studi Terhadap Integrated Marketing Communication Pada coffeeshop Muraco HQ Kota Malang)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Insan Yahya



Kampus I

Jl. Raimun 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Banteng-Sulaimi No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tugu No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

“PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA
COFFEESHOP”

(Studi Terhadap Integrated Marketing Communication Pada coffeeshop Muraco HQ Kota
Malang).

Oleh:

Nama : INSAN YAHYA

NIM : 201810040311406

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 4 Juli 2024

Pembimbing I/Promotor

Budi Suprpto M.Si Ph.D

NIP. 10387090041



(*) Coret yang tidak perlu

Kampus I

Jl. Balacong 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 466 435

Kampus II

Jl. Bendulung, Sistem No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 669

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 218 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Insan Yahya

NIM : 201810040311406

Hasil Plagiasi : $\frac{9}{7}$ $\frac{8}{7}$

BAB I	42	14		
BAB II	46	19		
BAB III	47	12		

$\frac{4}{2}$

BAB IV	3			
BAB V	13			
BAB VI				

Malang, 04 Juli 2021.

Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada Hari, Tanggal 15 Mei 2024 telah diselenggarakan Seminar Hasil mahasiswa atas nama:

Nama lengkap : Insan Yahya
NIM : 201810040311406
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi :

PENERAPAN INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) PADA
COFFEESHOP”
(Studi Terhadap Integrated Marketing Communication Pada coffeeshop Muraco
HQ Kota Malang)

Dihadiri oleh Dosen pembimbing, Dosen Penguji dan sejumlah mahasiswa

1. Budi Suprpto, M.Si., Ph.D (Dosen Pendamping)
2. Rahadi, S.Sos., M.Si (Dosen Penguji)
3. 15 mahasiswa (Persensi Terlampir)

Malang, 15 Mei 2024

Dosen Pembimbing



Budi Suprpto, M.Si., Ph.D
NIP. 10387090041

Dosen Penguji

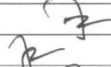


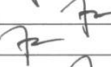






Rahadi, S.Sos., M.Si
NIP. 10318030636

BERITA ACARA BIMBINGAN

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Insan Yahya
2. NIM : 201810040311406
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : "Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Pada Coffeeshop" (Studi Terhadap Integrated Marketing Communication Pada coffeeshop Muraco HQ Kota Malang)
6. Dosen Pembimbing : Budi Suprpto M.Si., Ph.D.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
2 Oktober 2022	Pengajuan Judul Skripsi	
7 Maret 2023	Bimbingan Offline	
20 April 2023	Bimbingan Offline	
18 Mei 2023	Bimbingan Offline	
9 Juni 2023	Bimbingan Offline (Revisi Sempro)	
23 April 2024	Bimbingan Offline	
15 Mei 2024	Bimbingan Offline (revisi Semhas)	
27 Juni 2024	Bimbingan Offline (Acc Sidang)	
4 Juli 2024	Bimbingan Offline	

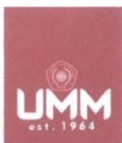
Malang, 4 Juli 2024

Dosen Pembimbing



Budi Suprpto, M.Si., Ph.D
NIP. 10387090041

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2024



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : INSAN YAHYA
NIM : 201810040311406
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 12 (Dua Belas) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 4 Juli 2024

a.n Dekan
Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 250 (Hunting)
F. +62 341 366 435

Kampus II
Jl. Bendungan, Sidam No 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 501 149 (Hunting)
F. +62 341 582 069

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 746 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 450 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAKSI

ABSTRAKSI

PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) PADA *COFFEE SHOP* MURACO HQ DI MALANG

Yahya, Insan., Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) oleh Muraco HQ, sebuah kedai kopi di Kota Malang, untuk menarik pelanggan. IMC merupakan pendekatan strategis yang mengintegrasikan dan mengoordinasikan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan meyakinkan kepada target audiens.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muraco HQ telah menerapkan berbagai elemen IMC, meliputi periklanan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, dan pemasaran internet, untuk mempromosikan produk dan layanannya. Integrasi saluran komunikasi ini telah membantu Muraco HQ untuk secara efektif menjangkau dan melibatkan target audiensnya, yang mengarah pada peningkatan penjualan dan kesadaran merek.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya perencanaan strategis, pesan merek yang konsisten, dan penggunaan berbagai saluran komunikasi yang efektif dalam penerapan IMC. Temuan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi kedai kopi lain dalam mengembangkan dan menerapkan strategi IMC mereka sendiri untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Kata Kunci: *Integrated Marketing Communication* (IMC), *Coffee Shop*, *Promotional strategies*.


Menyetujui,
Pembimbing



Budi Suprpto M.Si., Ph.D

Malang, 4 juli 2024

Pengkarya



Insan Yahya

KATA PENGANTAR

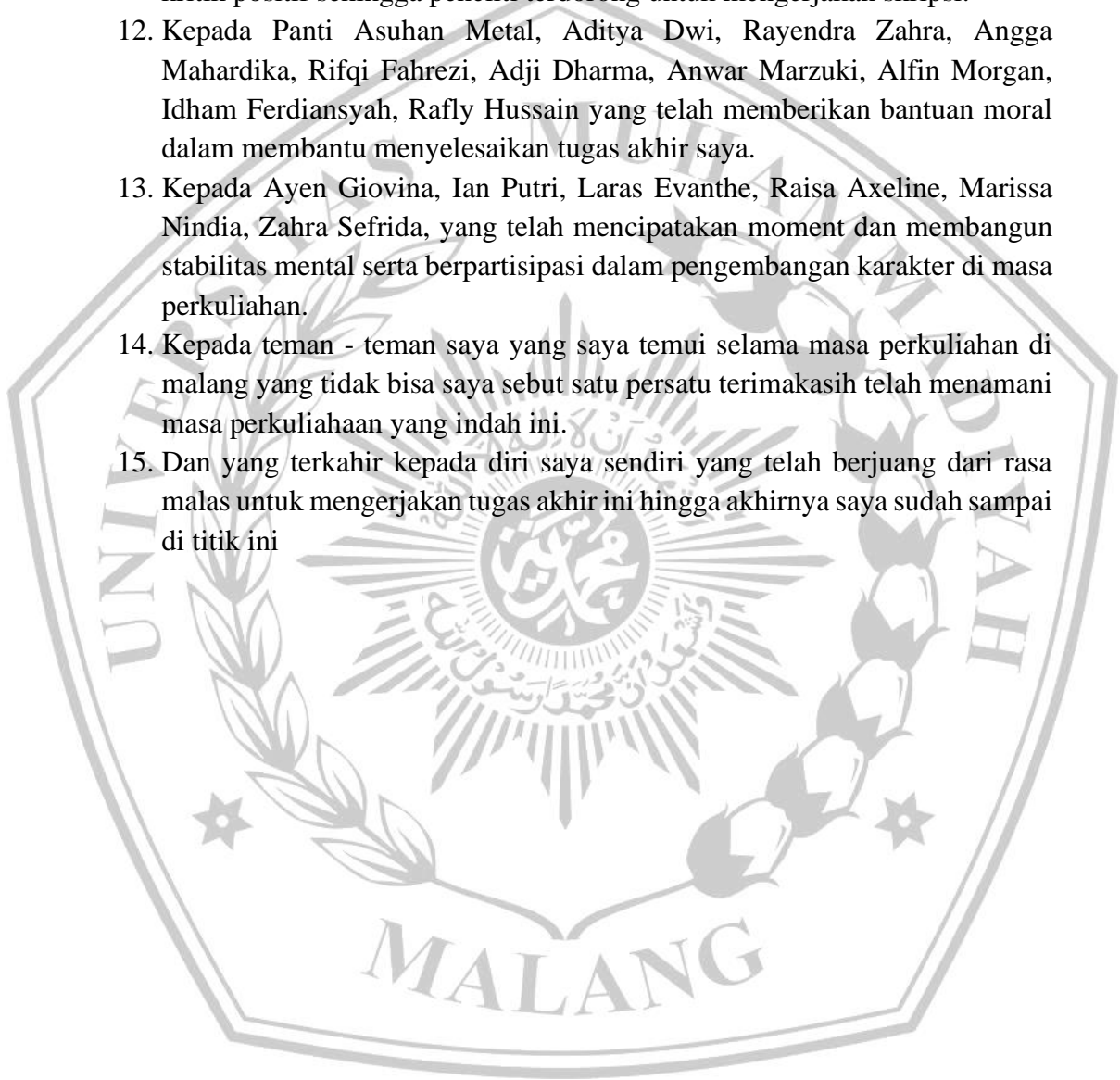
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahrabbi'l'amin, dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunianya yang melimpah dan juga kesehatan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul "**Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Pada Coffeeshop**" (Studi Terhadap Integrated Marketing Communication Pada Coffeeshop Muraco HQ Di Kota Malang)". Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Penelitian ini saya dedikasikan untuk memperkaya ilmu pengetahuan dan berharap dapat memberikan manfaat pada siapapun. Dalam pengerjaan skripsi ini, peneliti mendapat banyak sekali bantuan dan dukungan dari berbagai macam pihak. Oleh karenanya, do'a dan terimakasih saya curahkan kepada:

1. Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Bapak Prof. Muslimin Machmud, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Budi Suprpto M.Si. Ph.D selaku pembimbing Skripsi yang telah membantu dan meluangkan banyak waktu untuk membimbing saya sampai dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan teliti dan benar.
5. Bapak Nurudin, S.Sos, M.Si., selaku pembimbing akademik kelas Ilmu Komunikasi kelas G angkatan 2018.
6. Karyawan dan staff dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang mengarahkan dalam alur proses skripsi ini
7. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, Bapak Sumarsono dan Ibu Fitria yang telah melahirkan serta merawat saya dari kecil hingga sekarang yang tidak pernah berhenti memberikan do'a dan dukungan serta finansial yang meyakini bahwa saya dapat menyelesaikan masa perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
8. Kepada Kakak dan Suami, Fenin Farina dan Indra Sudirman yang telah menyediakan dukungan serta ilmu yang bermanfaat sehingga meringankan beban pengerjaan skripsi.
9. Kepada Muraco HQ, Dimas Indrawan dan owner yang telah meluangkan waktu untuk menjadi narasumber saya serta memberikan beberapa arahan untuk menyelesaikan tugas akhir saya.

10. Kepada rekan Four Horsemen, Galang Putra, Arga Irvan, Ardyan Daffa yang telah mensupport, membantu memberikan masukan terhadap tugas akhir saya serta memberikan candaan agar tetap hidup dan tidak stress dalam mengerjakan tugas akhir saya.
11. Kepada teman-teman *Shoot Coffee Service*, Roby Rachmatullah, Mahera Tata, Puguh Aryo, Verry Septian, Jericho Cano, Onny Alberto, Wenna Fach yang telah memberi motivasi dalam proses pengerjaan serta terus memberi kritik positif sehingga peneliti terdorong untuk mengerjakan skripsi.
12. Kepada Panti Asuhan Metal, Aditya Dwi, Rayendra Zahra, Angga Mahardika, Rifqi Fahrezi, Adji Dharma, Anwar Marzuki, Alfin Morgan, Idham Ferdiansyah, Rafly Hussain yang telah memberikan bantuan moral dalam membantu menyelesaikan tugas akhir saya.
13. Kepada Ayen Giovina, Ian Putri, Laras Evanthe, Raisa Axeline, Marissa Nindia, Zahra Sefrida, yang telah menciptakan moment dan membangun stabilitas mental serta berpartisipasi dalam pengembangan karakter di masa perkuliahan.
14. Kepada teman - teman saya yang saya temui selama masa perkuliahan di malang yang tidak bisa saya sebut satu persatu terimakasih telah menemani masa perkuliahan yang indah ini.
15. Dan yang terakhir kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dari rasa malas untuk mengerjakan tugas akhir ini hingga akhirnya saya sudah sampai di titik ini



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI.....	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN.....	ix
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikasi.....	7
2.3 Manajemen Pemasaran	10
2.4 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	12
2.4.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	13
2.4.2 Hubungan masyarakat dan Publikasi (<i>Public Relations</i>).....	14
2.4.3 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	14
2.4.4 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	14
2.4.5 Pemasaran Internet	15
2.5 Kerangka Konseptual.....	16
2.6 Peneliti Terdahulu	16

BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2 Pendekatan dan Tipe Penelitian	25
3.3 Lokasi Penelitian.....	26
3.4 Sumber Data.....	26
3.5 Subjek Penelitian.....	26
3.6 Teknik Pengumpulan Data	27
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.8 Uji Keabsahan Data.....	31
BAB IV	32
GAMBARAN UMUM PENELITIAN	32
4.1 Profil Muraco HQ	32
4.2 Layanan & Fitur Muraco HQ.....	33
4.3 Susunan Pengurus Muraco HQ.....	34
4.4 Deskripsi Informan.....	35
BAB V	36
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
5.1 Penerapan IMC pada Muraco HQ	36
5.1.1 <i>Advertising</i>	37
5.1.2 <i>Public Relations</i>	38
5.1.3 <i>Personal Selling</i>	40
5.1.4 <i>Direct Marketing</i>	41
5.1.5 <i>Internet Marketing</i>	43
5.2 Uji Keabsahan Data.....	47
BAB VI	49
PENUTUP	49
6.1 KESIMPULAN	49
6.2 SARAN.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN I	54
LAMPIRAN II	55

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar i</i> (grafik data kenaikan industri food & beverage)	2
<i>Gambar ii</i> Muraco HQ.....	32
<i>Gambar iii</i> Gambar Muraco HQ	33
(<i>Gambar vii</i> Gambar Kondimen dan influencer).....	39
(<i>Gambar viii</i> Gambar Food agretator).....	41
(<i>Gambar xi</i> Gambar Sosmed Muraqo)	44
(<i>Gambar xi</i> Gambar Stories IG)	46

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 1.1 : Penelitian</i> <i>Terdahulu</i>	21
<i>Tabel 2. 1 Struktur</i> <i>Pengurus Muraco HQ</i>	44

DAFTAR PUSTAKA

Asyasyafa, M. D., Sadono, T. P., & Pratiwi, N. M. I. (2023, January). INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION SATE TAICHAN GORENG DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI BIDANG KULINER. In PROSIDING SEMINAR NASIONAL MAHASISWA KOMUNIKASI (SEMAKOM) (Vol. 1, No. 1, Januari, Pp. 563-570).

Effendy, O. U. (2003). Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti, 200.

Estwara. (2008). Think IMC! Efektivitas Komunikasi Untuk Menciptakanloyalitas Merk Dan Laba Perusahaan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Iskandar, D. (2022). METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF: Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Lapangan, Analisis Teks Media, Dan Kajian Budaya. Maghza Pustaka.

Isyanto, I. (2019). Pengaruh Organizational Citizenship Behaviour (OCB) Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada PT. Urchindize Cabang Madura). Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis, 7(2), 115-123.

Kusnandar, V. B. (2023a, February 13). Makanan Dan Minuman Topang Sepertiga Industri Pengolahan Nasional Pada 2022. Katadata.<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/02/13/Makanan-Dan-Minuman-Topang-Sepertiga-Industri-Pengolahan-Nasional-Pada-2022>

Lasswell, H. D. (2006). The Structure And Function Of Communication In Society. Communication Theories—Critical Concepts In Media And Cultural Studies, 1, 84-95.

MALAHA, J. T (2017). STRATEGI KOMUNIKASI ONEVISION DALAM MEMBANGUN. JARINGAN PEMASARAN DI KOTA MAKASSAR

Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach). Deepublish.

Santoso, P. Y. (2018). Transformasi Integrated Marketing Communication Di Era Digital. Jurnal Pustaka Komunikasi, 1(2), 313-326.

Sidik, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Metode Bercerita Dalam Bimbingan Dan Konseling Terhadap Motivasi Belajar Siswa SMP Islam Integral Luqman Al Hakim Batam. *Jurnal As-Said*, 1(2), 25-32.

Sunan, M. M. I. P. U., & Pustakawan, P. L. PENGELOLAAN LAYANAN INFORMASI SISTEM E-COMMERCE: STUDI KASUS DI PDII-LIPI.

Umanailo, M. (2003). Paradigma Konstruktivis. *Paradigma*, 75.

Putri, L. H. (2023, August). Penerapan Metode Bermain Sensory Wall Number Untuk Meningkatkan Kognitif Dan Motorik Halus Anak Usia 4-5 Tahun Di Unisba Preschool Kota Bandung. In *Bandung Conference Series: Early Childhood Teacher Education* (Vol. 3, No. 1).

Wa'dah, H., & Muksin, N. N. (2023). Integrated Marketing Communication Pada Nasi Kulit Malam Minggu. *Educationist: Journal Of Educational And Cultural Studies*, 2(1), 386-399.

Wibowo, A. T. (2021). Analisis Penerapan Imc Pada Startup Linkaja Dalam Kompetisi Di Bidang Fintech Indonesia.

Wiryanto. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

