

**ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM  
MENSINERGIKAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
ANTARA PEMASARAN OFFLINE DAN ONLINE  
DI PT GALAXY PARTANI MAS**

**SKRIPSI**

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA ILMU KOMUNIKASI (S.I.KOM)**



**Disusun oleh :**

**Aliya Puspita Anggreini**

**2070201114**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN

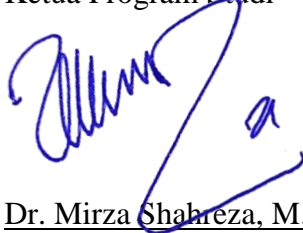
Judul Skripsi : ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM  
MENSINERGIKAN KOMUNIKASI PEMASARAN  
ANTARA PEMASARAN OFFLINE DAN ONLINE DI  
PT GALAXY PARTANI MAS

Diajukan Oleh : Aliya Puspita Anggreini  
NIM : 2070201114  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Disetujui

Tangerang, 07 Juli 2024

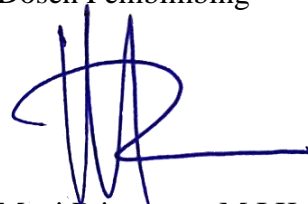
Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIK: 0429077605

Dosen Pembimbing



Megi Primagara, M.I.Kom

NIDN: 0416088302

**LEMBAR PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENSINERGIKAN  
KOMUNIKASI PEMASARAN ANTARA PEMASARAN OFFLINE DAN  
ONLINE DI PT GALAXY PARTANI MAS**

Oleh :

**Aliya Puspita Anggreini**

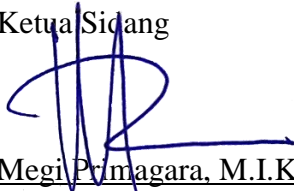
NPM : 2070201114

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal : 14 Juli 2024

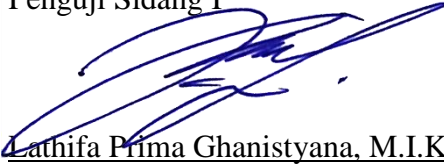
Ketua Sidang



Megi Primagara, M.I.Kom

NIDN: 0416088302

Penguji Sidang I



Lathifa Prima Ghanistyana, M.I.Kom

NIDN: 0409079001

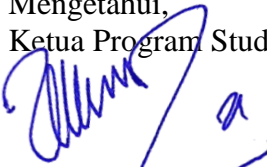
Penguji Sidang II



Fitri Susiswani Isbandi, M.I.Kom

NIDN: 0325028304

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN: 0429077605

## **Motto dan Persembahan**

“Allah tidak menjanjikan langit itu selalu biru, bunga selalu mekar, dan mentari selalu bersinar. Tapi ketahuilah, bahwa Allah selalu memberi pelangi di setiap badai, tawa disetiap air mata, berkah disetiap cobaan, dan jawaban dari setiap doa”

- Abu Bassam Oemar Mitta –

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Al-Baqarah : 286)

Skripsi Ini Penulis Persembahkan Kepada:

1. Kedua Orang Tua tersayang Bapak Suyanto dan Ibu Dwi Susilowati.
2. Adik tercinta Fabiyan Maulana Mohammad dan Afnan Zaky Ramadhan.
3. Kakek Sugiman dan Nenek Sri Purwanti (Alm) tersayang.
4. Teman-teman persejuangan Jurusan Ilmu Komunikasi P2K 2020.
5. Teman-teman PT Galaxy Partani Mas yang selalu memberikan semangat dan motivasi.
6. Skripsi ini juga dipersembahkan untuk diri sendiri, yang sudah kuat dan tidak menyerah untuk bisa membagi waktu antara pendidikan dengan pekerjaan.

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aliya Puspita Anggreini  
NPM : 20.70.201.114  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tempat/Tanggal Lahir : Karanganyar, 19 Agustus 2001  
Alamat : JL. KH Mursan No.67 RT.04/RW.02, Belendung, Benda,  
Kota Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa :

- A. Tugas Akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul :  
**ANALISIS KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENSINERGIKAN KOMUNIKASI PEMASARAN ANTARA PEMASARAN OFFLINE DAN ONLINE DI PT GALAXY PARTANI MAS** Adalah benar disusun atau dibuat oleh saya sendiri, dan jika dikemudian hari diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut dibuatkan oleh orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut merupakan plagiat/mencontek/menjiplak hasil karya orang lain, dengan ini saya siap menerima pembatalan/pencabutan Gelar Akademik dan siap mengulang kembali penyusunan skripsi dari awal.
- B. Bahwa seluruh dokumen (fotokopi ijazah, foto kopi transkrip nilai) dan lain-lain sebagai persyaratan sidang adalah Asli milik saya pribadi dan dapat saya pertanggung jawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 07 Juli 2024

Pembuat Pernyataan

Aliya Puspita Anggreini  
NPM : 2070201114

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah S.W.T atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis agar dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai persembahan terakhir perkuliahan yang telah penulis jalani, juga sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Program sarjana Ilmu sosial dan ilmu politik di Universitas Muhammadiyah Tangerang (UMT).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak sekali kesulitan yang dihadapi namun dapat dilalui berkat dukungan dan juga bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT karena dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Teruntuk kedua orang tua, Bapak Suyanto dan Ibu Dwi Susilowati yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta do'a dalam penyusunan skripsi.
3. Dr. H. Ahmad Amarullah M.Pd sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang.
4. Dr. H. Achmad Kosasih, M.M. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.
5. Dr. Mirza Shahreza M.I.K . selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Tangerang.
6. Fitri Susiswani Isbandi, S.Sos, M.I.Kom. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Megi Primagara, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing selama proses karya tulis ilmiah ini, yang mana telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penelitian ini sehingga dapat selesai dalam waktu yang sudah ditentukan.

8. Teruntuk Kakek Sugiman dan Alm Nenek Sri Purwanti yang sangat saya cintai dan sayangi. Terima kasih yang tak terhingga karena telah merawat dan membesarkan saya dengan baik hingga detik ini, skripsi ini saya persembahkan untuk kalian. Terima kasih atas cinta, dukungan, dan kebaikan kalian yang tak pernah lekang oleh waktu.
9. Diri saya sendiri Aliya Puspita Anggreini, terimakasih mau dan mampu bertahan, berjuang, berusaha sekuat yang saya bisa, tidak menyerah walau banyak rasa dan godaan yang datang untuk berhenti, terimakasih karena sudah bertahan untuk tetap kuat sampai detik ini.
10. Teman – teman Public Realation P2K 2020 yang tidak saya sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat saya dan ucapan terima kasih saya.
11. Kepada orang spesial di hidup penulis, cinta dan motivasi yang telah kamu berikan mengajari bagaimana mencintai diriku sendiri. Terima kasih sudah memberikan motivasi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
12. Teman baik peneliti yaitu, Arum Kurnia Sani dan teman terdekat peneliti yang tidak saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk dukungan dan sudah menjadi pendengar ketika peneliti berkeluh kesah, saran dan masukannya ketika peneliti mempunyai hambatan dalam proses pengerjaan skripsi serta memberi semangat selama proses pengerjaan skripsi berlangsung dari awal hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikannya.
13. Dan semua pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti telah melewati banyak kendala, baik dari peneliti sendiri maupun dari luar. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat banyak kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran penulis harapkan demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat berguna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang pada Khususnya.

Tangerang, 07 Juli 2024

Aliya Puspita Anggreini



## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi organisasi yang dilakukan bagian pemasaran offline dan online dalam mensinergikan komunikasi pemasaran di PT Galaxy Partani Mas. PT. Galaxy Partani Mas merupakan sebuah perusahaan perseroan terbatas yang bergerak dibidang mekanisasi pertanian. Dalam sebuah organisasi, komunikasi yang baik sangat di perlukan untuk kelancaran suatu organisasi. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Subjek penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik Purpose Sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa pelaksanaan komunikasi organisasi antara pemasaran offline dan online di PT. Galaxy Partani Mas yaitu komunikasi vertikal dan horizontal. Dimana komunikasi dilakukan untuk menjalin dan mempertahankan kebersamaan, kekeluargaan dan membangun kerjasama yang baik agar lebih terarah.

**Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Pemasaran Offline, Pemasaran Online, Sinergi Komunikasi**

## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze organizational communications carried out by offline and online marketing departments in synergizing marketing communications at PT Galaxy Partani Mas. PT. Galaxy Partani Mas is a limited liability company engaged in agricultural mechanization. In an organization, good communication is very necessary for the smooth running of an organization. Meanwhile, the method used in this research is a qualitative research method. The subjects of this research were selected using the Purpose Sampling technique. Data collection techniques are carried out through interviews, observation and documentation. From the results of the research conducted it is known that the implementation of organizational communication between offline and online marketing at PT. Galaxy Partani Mas, namely vertical and horizontal communication. Where communication is carried out to establish and maintain togetherness, kinship and build good cooperation so that it is more focused.*

**Keywords:** *Organizational Communication, Offline Marketing, Online Marketing, Communication Synergy*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3. Fokus Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>1.5. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>1.6. Sistematika Penulisan .....</b>	<b>12</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1. Landasan Al-quran atau Hadist .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2. Penelitian Terdahulu / Penelitian yang Relevan .....</b>	<b>14</b>
<b>2.3. Landasan Teori.....</b>	<b>20</b>
<b>1) Komunikasi .....</b>	<b>20</b>
<b>2) Komunikasi Organisasi .....</b>	<b>20</b>
<b>3) Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>27</b>
<b>4) Pemasaran .....</b>	<b>28</b>
<b>5) Sinergi Komunikasi .....</b>	<b>31</b>
<b>2.4. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>32</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
<b>3.1. Deskripsi Subjek/Objek, Tempat, dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>3.2. Metode Penelitian .....</b>	<b>35</b>
<b>3.3. Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>36</b>
<b>1) Data Primer .....</b>	<b>36</b>
<b>2) Data Sekunder .....</b>	<b>39</b>
<b>3.4. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>39</b>

<b>3.5. Teknik Keabsahan Data .....</b>	<b>41</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Penelitian .....</b>	<b>42</b>
1) Ruang Lingkup Kegiatan.....	42
2) Visi dan Misi.....	43
3) Susunan Organisasi .....	44
4) Tugas dan Tanggung Jawab .....	44
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>47</b>
1) Komunikasi Vertikal .....	48
2) Komunikasi Horizontal .....	52
3) Komunikasi Diagonal .....	66
4) Faktor Penghambat Komunikasi Organisasi dalam Mensinergikan Komunikasi Pemasaran antara Pemasaran Offline dan Online di PT Galaxy Partani Mas .....	67
<b>4.3 Pembahasan Penelitian .....</b>	<b>71</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>81</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>83</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>89</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	33
Tabel 4. 1 Data Informan .....	37
Tabel 4. 2 Hasil dari Media Komunikasi digunakan Komunikasi Horizontal.....	73
Tabel 4. 3 Tabel Hasil Wawancara dan Observasi .....	74
Tabel 4. 4 Hasil dari Hambatan Komunikasi Horizontal.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia tahun 2018-2027 .....	2
Gambar 1.2 Proyeksi Transaksi Bruto E-Commerce di Indonesia (2021-2030) ....	3
Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 1998-2023 .....	3
Gambar 1. 4 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia tahun 2015-2023 4	
Gambar 1. 5 Data Penjualan PT. Galaxy Partani Mas pada Tahun 2019-2023 .....	5
Gambar 1. 6 Aliran Komunikasi Organisasi .....	8
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Galaxy Partani Mas .....	44
Gambar 4. 2 Media tertulis pada pemasaran offline .....	55
Gambar 4. 3 Media tertulis grub whatsapp pemasaran offline .....	56
Gambar 4. 4 Media tertulis grub whatsapp pemasaran online .....	56
Gambar 4. 5 Pesan melalui grub whatsapp pemasaran online .....	65
Gambar 4. 6 Pesan melalui grub whatsapp pemasaran offline .....	66