



**PROMOSI JASA PENDIDIKAN MELALUI EVEN FESTIVAL  
MUSIK REGGAE DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH SISWA  
(Studi Kasus Pada Sma Al Kamal Jakarta Barat Tahun 2014)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan.

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Disusun oleh :

Zakiah  
(44310120082)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul : **PROMOSI JASA PENDIDIKAN MELALUI EVEN  
FESTIVAL MUSIK REGGAE DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH SISWA (Studi Kasus pada Sekolah Menengah Atas  
Al Kamal Jakarta Barat tahun 2014)**

Nama : Zakiah

Nim : 44310120082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi & Periklanan

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Razie Razak. M.IKom.)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **PROMOSI JASA PENDIDIKAN MELALUI EVEN  
FESTIVAL MUSIK REGGAE DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH SISWA (Studi Kasus pada Sekolah Menengah Atas  
Al Kamal Jakarta Barat tahun 2014)**

Nama : Zakiah

Nim : 44310120082

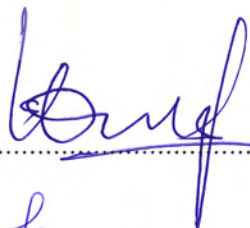
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi & Periklanan

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA


Jakarta, 31 Agustus 2015

Ketua Sidang  
Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si




(.....)

Penguji Ahli  
Dadan Iskandar., M.Si



(.....)

Pembimbing  
Razie Razak. M. Ikom



(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **PROMOSI JASA PENDIDIKAN MELALUI EVEN  
FESTIVAL MUSIK REGGAE DALAM MENINGKATKAN  
JUMLAH SISWA (Studi Kasus pada Sekolah Menengah Atas  
Al Kamal Jakarta Barat tahun 2014)**

Nama : Zakiah

Nim : 44310120082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi & Periklanan

Jakarta, 8 September 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Razie Razak. M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubir, M. Si)

Ketua Bidang Studi Marketing  
Communication & Advertising

(Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si)

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufik, hidayah serta rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan skripsi ini disusun dengan judul “ **Promosi Jasa Pendidikan Melalui Even Festival Musik Reggae Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa**”.

Skripsi ini disusun oleh penulis guna memenuhi tugas akhir dan memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana pada peminatan Marketing Komunikasi dan Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang tentunya sangat berharga dan bernilai tinggi bagi penulis. Sebagai manusia yang jauh dari sempurna, pastinya masih memiliki banyak kekurangan dalam penelitian yang penulis lakukan ini. Untuk itu penulis memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna.

Disamping itu penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan kepada penulis, terutama kepada :

1. Bapak Razie Razak M. Ikom, selaku Pembimbing skripsi penulis. Terima kasih atas semangat, waktu, perhatian, serta bimbingan yang telah diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi
2. Ibu Dr Yoyoh Hereyah M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication dan juga selaku Ketua Sidang Skripsi yang telah memberikan penulis semangat dan banyak memberikan masukan.
3. Bapak Dadan Iskandar. M.Si selaku Penguji Ahli yang telah banyak memberikan masukan dan saran kepada penulis.

4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, MS.i selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh dosen pengajar di Fakultas ilmu Komunikasi bidang studi Advertising & Marketing Communication yang selama ini telah memberikan ilmu kepada penulis khususnya dalam bidang Advertising & Marketing Communication.
6. Para staf Tata Usaha Fakultas ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta.
7. Kedua Orang tua penulis yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan yang besar beserta limpahan kasih sayang yang diberikan untuk penulis.
8. Kakak Penulis, Yoddy Tri Aprianto, Desi Apriani, Soni Nugraha yang telah membantu memberikan semangat, dukungan dan juga masukan secara teknis penulisan serta kasih sayangnya yang diberikan selama ini dan memberikan motivasi yang besar kepada penulis untuk bisa menjadi menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Adityo Wibowo terima kasih banyak atas semua waktu, perhatian, semangat yang begitu luar biasa untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman terbaik penulis : Sri Budiyanti, Wahyu Widodo, Stanley Aditya, Estianto Sutrisno, M Iqbal, Tjang Se Phin Al Marcus, Simon, Gilang terima kasih atas dukungannya dan telah menjadi teman terbaik bagi penulis selama menuntut ilmu di Universitas Mercu Buana.
11. Kepada Sahabat terbaik penulis Novita Wulandari yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Management Dikdasmen YPP Al Kamal, Sekolah Menengah Atas Al Kamal yang mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dalam bidang strategi komunikasi pemasaran pada sekolah tersebut untuk dijadikan sebagai skripsi penulis.
13. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang membantu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis ucapkan sekali lagi beribu-ribu terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis juga menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. mudah-mudahan skripsi ini dapat menjadi motivasi dan bahan pembelajaran di kemudian hari. Terima kasih.

Jakarta, Agustus 2015

Zakiah  
44310120082



## DAFTAR ISI

|  |  |
|--|--|
| LEMBAR JUDUL .....                       |  |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....  |  |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....   |  |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI..... |  |
| ABSTRAK .....                            |  |
| KATA PENGANTAR .....                     |  |
| DAFTAR ISI.....                          |  |

### **BAB I PENDAHULUAN**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....  | 1  |
| 1.2. Fokus Penelitian .....        | 9  |
| 1.3. Identifikasi Penelitian ..... | 9  |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....       | 11 |
| 1.5. Manfaat Penelitian .....      | 11 |

### **BAB II KERANGKA PEMIKIRAN**

|   |    |
|---|----|
| 2.1. Komunikasi .....   | 13 |
| 2.2. Komunikasi Pemasaran .....                                       | 14 |
| 2.3. Bauran Pemasaran Jasa .....                                      | 17 |
| 2.3.1. Produk Jasa ( <i>The Service Product</i> ) .....               | 19 |
| 2.3.2. Tarif Jasa ( <i>Price</i> ).....                               | 20 |
| 2.3.3. Tempat / Lokasi Pelayanan ( <i>Place</i> ) .....               | 22 |
| 2.3.4. Promosi ( <i>Promotion</i> ).....                              | 22 |
| 2.3.5. Orang / Partisipan ( <i>People</i> ).....                      | 24 |
| 2.3.6. Sarana Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ).....                 | 25 |
| 2.3.7. Proses ( <i>Process</i> ).....                                 | 26 |
| 2.4. Segmentasi Pasar .....   | 26 |
| 2.4.1. Segmentasi Geografis .....                                     | 27 |
| 2.4.2. Segmentasi Psikografis .....                                   | 27 |
| 2.5. Targeting .....  | 28 |
| 2.6. Positioning .....  | 28 |
| 2.7. Bauran Promosi.....  | 29 |
| 2.7.1. Publisitas ( <i>Publicity</i> ).....                           | 29 |
| 2.7.2. Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ).....            | 30 |
| 2.7.3. Personal Selling / Penjualan Perseorangan .....                | 31 |
| 2.7.4. WOM ( <i>Word Of Mouth</i> ) .....                             | 31 |
| 2.8. Siklus Hidup Produk ( <i>Product Life Cycle</i> ).....           | 32 |
| 2.8.1. Strategi Pemasaran Tahap Perkenalan ( <i>Introduction</i> ) 34 |    |
| 2.8.2. Strategi Pemasaran Tahap Pertumbuhan <i>Growth</i> ).....      | 35 |
| 2.8.3. Strategi Pemasaran Tahap Kedewasaan ( <i>Maturit</i> ).....    | 36 |
| 2.8.4. Strategi Pemasaran Tahap Penurunan ( <i>Decline</i> ).....     | 39 |



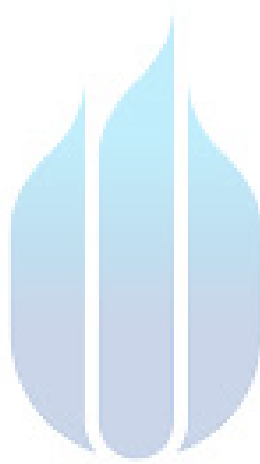
|  |     |
|--|-----|
| 2.9. Manajemen Even .....  | 40  |
| 2.9.1. 5W .....  | 40  |
| 2.10. <i>Fair</i> dan Festival .....   | 44  |
| <b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b>  |     |
| 3.1. Paradigma Penelitian .....  | 45  |
| 3.2. Tipe Penelitian .....   | 46  |
| 3.3. Metode Penelitian .....   | 47  |
| 3.4. Subjek Penelitian .....   | 49  |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data .....   | 51  |
| 3.5.1. Data Primer .....   | 51  |
| 3.5.2. Data Sekunder .....   | 52  |
| 3.6. Teknik Analisis Data .....  | 53  |
| 3.7. Teknik Keabsahan Data .....   | 54  |
| <b>BAB IV     HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  |     |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....  | 56  |
| 4.2. Hasil Penelitian .....  | 69  |
| 4.2.1. Analisa Komunikasi .....  | 70  |
| 4.2.2. Penerapan Bauran Pemasaran Jasa .....   | 71  |
| 4.2.3. Segmentasi Geografis .....  | 77  |
| 4.2.4. Segmentasi Psikografis .....  | 78  |
| 4.2.5. Targeting .....   | 78  |
| 4.2.6. Positioning .....   | 79  |
| 4.2.7. Penerapan Bauran Promosi .....  | 79  |
| 4.2.8. Penerapan Strategi Siklus Hidup Produk/ <i>Product Life</i><br><i>Cycle</i> ..... | 84  |
| 4.2.9. Manajemen Even .....  | 89  |
| 4.2.9.1. Analisa 5 W .....   | 89  |
| 4.2.10. Penerapan <i>Fair</i> dan Festival .....   | 92  |
| 4.3. Pembahasan .....  | 93  |
| <b>BAB V     KESIMPULAN DAN SARAN</b>  |     |
| 5.1. Kesimpulan .....  | 99  |
| 5.2. Saran .....   | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA .....   |     |
| LAMPIRAN .....   |     |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1.1. Foto Even SMA Al-Kamal ..... | 65 |
|--|----|

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1. Bauran Pemasaran jasa ..... | 19 |
| Tabel 2.2. PLC .....                   | 34 |
| Tabel 2.3. Lima W .....                | 41 |
| Tabel 4.1. Data SMA Al-Kamal .....     | 89 |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA