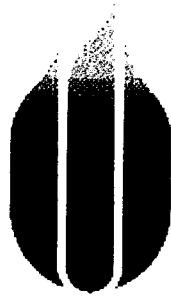


Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Kampus Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	03/04/14
No. Reg. :	1. S21312240
	2. SK/43/13/136



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Program Event  
Majalah HighEnd Melalui Event “23 Indonesia’s  
Beautiful Women” Periode 2013**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

**MERCU BUANA**

Disusun oleh:

**Heru Kurniawan**

**44309010018**

**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Advertising & Marketing Communication  
Universitas Mercubuana**

**Jakarta**

**2014**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM  
EVENT MAJALAH HIGHEND MELALUI EVENT "23  
INDONESIA'S BEAUTIFUL WOMEN" PERIODE 2013

Nama : HERU KURNIAWAN  
NIM : 44309010018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Januari 2014

Mengetahui,  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

( Berliani Ardha, SE, M.Si )



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**ADVERTISING & MARKETING**  
**COMMUNICATION**

**LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI**

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM  
 EVENT MAJALAH HIGHEND MELALUI EVENT "23  
 INDONESIA'S BEAUTIFUL WOMEN" PERIODE 2013  
 Nama : HERU KURNIAWAN  
 NIM : 44309010018  
 Fakultas : Ilmu Komunikasi  
 Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

UNIVERSITAS  
 Jakarta, Januari 2014  
 MERCU BUANA  
 Mengetahui,

**1. KETUA SIDANG**

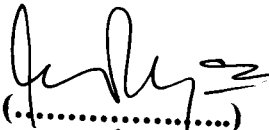
( Dr. Ahmad Mulyana, M.Si )

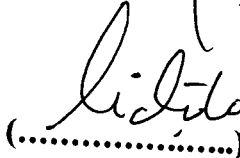
**2. PENGUJI AHLI**

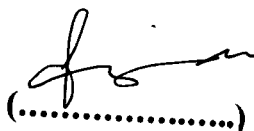
( Nindyta Aisyah Dwityas, M.Si )

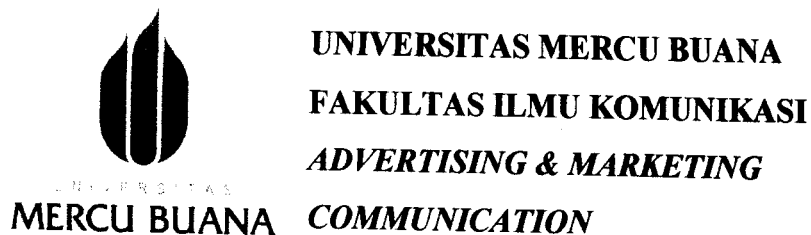
**3. PEMBIMBING SKRIPSI**

( Berliani Ardha, SE, M.Si )

  
 (.....)

  
 (.....)

  
 (.....)



**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM  
EVENT MAJALAH HIGHEND MELALUI EVENT "23  
INDONESIA'S BEAUTIFUL WOMEN" PERIODE 2013

Nama : HERU KURNIAWAN

NIM : 44309010018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

**Jakarta, Januari 2014**

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing



**( Berliani Ardha, SE, M.Si )**

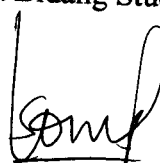
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



**( DR. Agustina Zubair, M.Si )**

Ketua Bidang Studi



**( Yoyoh Hereyah, Dra., M.Si )**



BUKU INI MILIK  
UPT. PERPUSTAKAAN  
Harap Dijaga Keutuhannya



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Program Studi Advertising and Marketing  
Communication  
2014

## ABSTRAKSI

**Heru Kurniawan (44309010018)**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Program Event Majalah HighEnd Melalui Event "23 Indonesia's Beautiful Women" Periode 2013.**

97 halaman, 19 buku (tahun 1995 - 2012)

Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi pemasaran program event majalah HighEnd melalui event event 23 Indonesia's Beautiful Women. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran singkat tentang bagaimana majalah Strategi Komunikasi Pemasaran Program Event majalah HighEnd dalam memasarkan program event 23 Indonesia's Beautiful Women periode 2013.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan mengacu teori *Promotional Mix* George E Belch & Michael A Belch yang menggambarkan koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Dengan metode penelitian ini peneliti melakukan wawancara yang dilakukan kepada narasumber dari Majalah HighEnd yang merupakan penyelenggara dari event 23 Indonesia's Beautiful Women dan juga kepada pihak konsumen dari majalah HighEnd.

Penelitian menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Majalah HighEnd dalam memasarkan event 23 Indonesia's Beautiful Women dilakukan dengan cara *Advertising, Direct Marketing, Interactive/Internet marketing, Personal Selling, Publicity/Public Relation, Sales Promotion* yang bertujuan menginformasikan kepada konsumen mengenai event 23 Indonesia's Beautiful Women dimana event ini bertujuan sebagai eksistensi dan memposisikan majalah HighEnd sebagai majalah lifestyle yang terbaik di pasaran dengan memberikan apresiasi kepada 23 wanita cantik Indonesia yang berprestasi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur pada kehadiran Allah SWT, semoga shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, dan kepada para keluarga, sahabat, seluruh pengikutnya yang senantiasa mengikuti jalan petunjuk-Nya hingga akhir jaman. setelah melalui perjuangan yang sangat melelahkan secara fisik dan mental, akhirnya skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Program Event Majalah HighEnd melalui event “23 Indonesia’s Beautiful Women” Periode 2013 ini dapat penulis selesaikan.

Penulis menyadari betul bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karenanya penulis masih membutuhkan banyak masukan baik itu dari kritik maupun saran. Adalah suatu kebanggaan dan pengalaman tersendiri yang tak akan terlupakan proses dan perjalanan panjang yang telah penulis tempuh untuk menyelesaikannya.

Dalam skripsi ini penulis mencoba meneliti Strategi Komunikasi Pemasaran Program Event Majalah HighEnd Melalui Event “23 Indonesia’s Beautiful Women” Periode 2013. Akhir kata penulis berharap, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan semua pihak yang memerlukannya.

Terima kasih

Jakarta, Januari 2014

**Penulis**



## UCAPAN TERIMA KASIH

Puja, puji, dan syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas karunia-Nya lah penulis dapat skripsi ini, semoga shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, dan kepada para keluarga, sahabat, umatnya yang senantiasa mengikuti jalan petunjuk-Nya hingga akhir jaman. Tidak sedikit halangan dan rintangan yang penulis temui saat berusaha menyelesaikan skripsi ini. Berbagai pengalaman baik suka maupun duka telah penulis ambil hikmahnya dan semoga dapat memperkaya khasanah kehidupan emosi penulis dan Insya Allah akan menjadikan penulis lebih matang dalam menjalani hidup.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas berkat bantuan, dorongan, pengalaman dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala rasa hormat dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Berliani Ardha, SE, MSi, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar selalu memberi masukan, solusi dan semangat bagi penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, Sakun dan Muhiyah, terima kasih telah melahirkan penulis ke dunia ini, dan atas dukungan dan doa yang selama ini diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk kakakku Sri Murni Ati dan suaminya Ahmad Firdaus, abangku Septian Dwinanto dan istrinya hanny yang sedang hamil. Serta keponakanku Ardisya Ramadhina Putri dan Hayfa Shaphiya Putri
3. Para keluarga dan kerabat yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang terus memberikan doa dan semangat tersendiri kepada penulis
4. Alin, Clara, Vhia, Yudit, Inti, Ana, yudit, Fahmi, Rizki, Dodi, Denis, Leni, Icha, Puput (terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini).
5. Teman-teman di Universitas Mercu Buana dan "Sahabat Marcomm" angkatan 2009
6. Teman-teman seperjuangan saat di SMA, SLTP, dan SD yang sampai sekarang masih bertemu dan tidak bisa disebutkan semuanya

7. Teman-teman dirumah yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
8. Orang-orang yang telah hadir dalam hidup penulis yang membuat hidup penulis menjadi lebih berwarna.
9. Tim translator manga yang senantiasa mengupload chapter manga terbaru di website mereka.





## DAFTAR ISI

### Halaman

Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi .....	i
Lembar Persetujuan Skripsi .....	ii
Lembar Tanda Lulus Skripsi .....	iii
Abstraksi .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Ucapan Terima Kasih .....	vi
Daftar isi .....	viii
 <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Akademis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
 <b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	7
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	9
2.3 Segmentasi, Targeting, Positioning .....	12
2.3.1 Segmentasi .....	14
2.3.2 Targeting .....	27
2.3.3 Positioning .....	28
2.4 Analisis SWOT .....	31
2.5 Bauran Pemasaran .....	33
2.5.1 Bauran Promosi .....	34
2.6 Event .....	46

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian .....	55
3.2 Metode Penelitian .....	56
3.3 Penentuan narasumber	
3.3.1 Subjek Penelitian .....	57
3.4 Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1 Data Primer .....	58
3.4.2 Data Sekunder .....	58
3.5 Definisi Konsep .....	59
3.6 Fokus Penelitian .....	59
3.7 Teknik Analisis Data .....	60
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	60
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	63
4.4.1 Visi, Misi dan Logo Majalah HighEnd .....	64
4.4.2 23 Indonesia's Beautiful Women .....	65
4.2 Hasil Penelitian .....	69
4.2.1 Segmentasi, Targeting, Positioning .....	70
4.2.2 Analisis SWOT .....	74
4.2.3 Bauran Promosi .....	81
4.3 Pembahasan .....	89
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan .....	95
5.2 Saran .....	96
5.2.1 Saran Akademis .....	96
5.2.2 Saran Praktis .....	97
Daftar Pustaka .....	97

Lampiran-lampiran  
CV

