



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GARIS LINI KONVEKSI  
DALAM MENDAPATKAN KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun oleh :

**MUHAMMAD AULIA ANHAR**

44309010050

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GARIS LINI  
KONVEKSI DALAM MENDAPATKAN KONSUMEN

Nama : Muhammad Aulia Anhar

NIM : 44309010050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

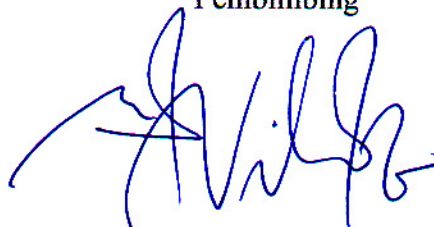
Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Mei 2014

Mengetahui

Pembimbing



(SM Niken Restaty, S.Sos, Msi)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GARIS LINI  
KONVEKSI DALAM MENDAPATKAN KONSUMEN

Nama : Muhammad Aulia Anhar

NIM : 44309010050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 13 Juni 2014

Disetujui dan Diterima Oleh

Pembimbing

(SM Niken Restaty, S.Sos, Msi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair M.Si)

Ketua Bidang Skripsi

(Dr. Yoyoh Hereyah M.Si)



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

**Judul** : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GARIS LINI  
KONVEKSI DALAM MENDAPATKAN KONSUMEN

**Nama** : Muhammad Aulia Anhar

**NIM** : 44309010050

**Fakultas** : Ilmu Komunikasi

**Bidang Studi** : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 13 Juni 2014

**MERCU BUANA**

**Ketua Sidang**

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

**Penguji Ahli**

Nindyta Aisyah, M.Si

**Pembimbing**

SM Niken Restaty, S.Sos, Msi

(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)  
(*[Signature]*)

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Garis Lini Konveksi dalam Mendapatkan Konsumen” dan memiliki tujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai kelulusan Sarjana Ilmu Komunikasi.

Berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan motivasi, masukan, dan nasehat dalam menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
2. Kedua orang tua penulis, yaitu Endang Witarsa dan Turijah yang telah memberikan dukungan moral, doa, dan materi.
3. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Marketing Communication & Advertising.
4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku ketua sidang skripsi dan Ibu Nindyta Aisyah, M.si, selaku penguji ahli
5. Para dosen dan seluruh staf tata usaha FIKOM, yang telah membantu dalam administrasi surat menyurat dan memberikan informasi kepada penulis selama kuliah di Universtias Mercu Buana.
6. Bapak Propana Maulida selaku Owner Garis Lini Konveksi dan Ibu Indah Rahmawati selaku Marketing Garis Lini Konveksi. Terima kasih karena sudah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.

7. Sdr. Hendy Dheo selaku pelanggan dari Garis Lini Konveksi. Terima kasih karena sudah meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
8. Teman-teman seperjuangan di Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Comunication & Advertising angkatan 2009 yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.
9. Sahabat terbaik di Marcomm & Advertising 2009: Nanda, Iqbal, Odie, Ipul, Rico, Adit, Audy, Jordan dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang penulis anggap bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



UNIVERSITAS Jakarta, 14 Juni 2014  
MERCU BUANA

Muhammad Aulia Anhar

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.4.1 Manfaat Akademis .....	12
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12

### **BAB 2 KERANGKA TEORI**

2.1 Komunikasi Sebagai Aktivis Pemasaran .....	13
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.1 Melakukan Analisis Situasi .....	19
2.2.2 Menetapkan Tujuan dan Sasaran.....	22
2.2.3 Menyusun Strategi dan Program .....	28
2.2.4 Melakukan Koordinasi dan Pengendalian .....	31

2.3 Alat-alat Komunikasi Pemasaran .....	34
2.4 Komunikasi Pemasaran Sebagai Bagian dari Pemasaran .....	41
2.5 Komunikasi Pemasaran Melalui Internet.....	45

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Tipe Penelitian .....	51
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.3 Subyek Penelitian.....	52
3.4 Teknik Pengumpulan data.....	53
3.5 Definisi Konsep.....	54
3.6 Fokus Penelitian.....	54
3.7 Teknik Analisa Data.....	55
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	56

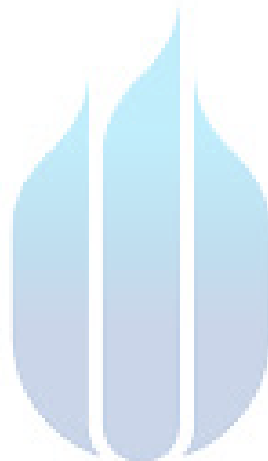
### **BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	58
4.1.1 Visi dan Misi Garis Lini .....	59
4.1.2 Produk Garis Lini .....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	63
4.2.1 Melakukan Analisis Situasi .....	63
4.2.2 Menetapkan Tujuan dan Sasaran .....	68
4.2.3 Menyusun Strategi dan Program .....	71
4.2.4 melakukan Koordinasi dan Pengendalian .....	74
4.3 Pembahasan .....	77



**BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran .....	89
5.2.1 Saran Akademis .....	89
5.2.2 Saran Praktis .....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA