



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAN SIZE DOUBLE BEAD OLEH PT
GAJAH TUNGGAL TBK TAHUN 2013**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

TITO WIDIANTORO

44308010033

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2014



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
BAN SIZE DOUBLE BEAD OLEH
PT GAJAH TUNGGAL TBK TAHUN 2013

Nama : Tito Widianoro

NIM : 44308010033

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 14 Juli 2014

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing

(SM Niken Restaty, M.si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAN SIZE DOUBLE
BEAD OLEH PT GAJAH TUNGGAL TBK TAHUN 2013 .

Nama : Tito Widianoro

NIM : 44308010033

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juli 2014


Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing



(SM Niken Restaty, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAN SIZE DOUBLE
BEAD OLEH PT GAJAH TUNGGAL TBK TAHUN 2013

Nama : Tito Widiantoro

NIM : 44308010033

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juli 2014

Ketua Sidang,
Dr. Farid Hamid, M.Si.

Penguji Ahli
Marwan Mahmudi, M.Si.

Pembimbing I
SM Niken Restaty, M.Si.



(.....)



(.....)



(.....)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT yang sebesar-besarnya atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penelitian untuk Sidang Proposal Skripsi yang berjudul **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BAN SIZE DOUBLE BEAD OLEH PT. GAJAH TUNGGAL TBK. TAHUN 2013** Proposal ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menuju gelar S1 Program Studi Marketing Communication and Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta, sekaligus memberi pengalaman sangat berharga untuk meningkatkan kualitas hidup mahasiswa. Peneliti menganggap hal ini sebagai sebuah titik terang untuk dapat selangkah maju menapaki dunia kerja selanjutnya.

Dalam proses pengerjaan skripsi ini tentu tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moril, materil, maupun spiritual, hingga skripsi ini pun dapat sukses terselesaikan. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang membantu:

1. Ibu SM Niken, Restaty M.Si, selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah sangat baik dan sabar meluangkan waktu untuk berdiskusi dengan penulis. Dengan segala ilmu, ide, pesan, dukungan, dan masukan beliau yang amat bermanfaat bagi penulis.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Kaprodi Marcomm Advertising sekaligus Penguji Ahli, yang telah memberi bimbingan dan pengalaman.
4. Kepada segenap Dosen-Dosen Marketing Communicaton and Advertising yang telah bersedia mengajarkan beragam ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi peneliti, khususnya mengenai bidang tersebut.

5. Kepada keluarga tersayang, kedua orang tua Bapak Dadang Widodo ST, Ibu Ani Yulianti, dan Adik perempuan Tita Nadia Syifa yang telah memberikan dukungan, doa, nasihat, dan segalanya tanpa batas yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
6. Teman baik di setiap waktu dan harinya Devy Ayu Fajarwati, yang telah memberikan sumbangan semangat dan perhatian sehingga penulis merasa lebih optimis dalam penyelesaian skripsi ini
7. Seluruh teman-teman seperjuangan di Maximum Performance Culture , RENDELL dan Anak-anak Advertising & Marcomm 2008 untuk persahabatannya yang telah melalui masa-masa malam bertemu pagi bersama. Untuk Dimas Febry Raka terimakasih atas jasa ketikannya dan Rian Kurnia Putra teman ngobrol di motor.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maaf tak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis membuka diri untuk segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini dan karya lainnya di masa mendatang. Peneliti berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri. Amin.

Jakarta, Juli 2014

Penulis

TITO WIDIANTORO

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....		i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI.....		ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....		iii
ABSTRAKSI.....		iv
KATA PENGANTAR.....		v
DAFTAR ISI.....		viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....		x
DAFTAR LAMPIRAN.....		xiii
BAB I PENDAHULUAN		1
1.1 Latar Belakang Masalah		1
1.2 Fokus Penelitian		8
1.3 Tujuan Penelitian		9
1.4 Manfaat Penelitian		9
1.4.1 Akademis		9
1.4.2 Praktis		9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		11
2.1 Komunikasi Pemasaran.....		11
2.2 Stretegi Komunikasi Pemasaran.....		13
2.3 Segmentasi, Targeting, Positioning.....		19
2.4 Bauran Pemasaran (Promotion Mix)		29
2.5 Hubungan Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Pemasaran.....		38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1 Paradigma Penelitian.....		40
3.2 Metode Penelitian		40
3.3 Subyek Penelitian		41
3.4 Teknik Pengumpulan Data		42
3.4.1 Data Primer		42
3.4.2 Data Sekunder		43
3.5 Teknik Analisis Data		43
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data		44
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....		46

46

49

51

51

4.1.1	Sejarah Singkat PT Gajah Tunggal Tbk	
4.1.2	Visi, Misi, Kebijakan	
4.1.3	Logo.....	
4.1.4	Sarana Penunjang.....	
4.1.5	Planning General Mapping	
4.1.6	Pengetahuan Dasar Ban	
4.2	Hasil Penelitian.....	
4.2.1	Melakukan Analisis Situasi	
4.2.2	Menetapkan Tujuan Dan Sasaran	
4.2.3	Menyusun Strategi Dan Program	
4.2.4	Melakukan Koordinasi Dan Pengendalian	
4.3	Hubungan Strategi Komunikasi Pemasaran dengan Pemasaran	
4.4	Pembahasan.....	

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	
5.1	Simpulan.....	78
5.2	Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA.....	xxiii
Transkrip wawancara	
Promo Produk Double Bead	
Struktur Organisasi	
Surat Keterangan Penelitian	
CV Penulis	