



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WARNA WARNI
PERDANA ADVERTISING DALAM MENGKOMUNIKASIKAN MEDIA
LUAR RUANG KEPADA KLIEN DI PERIODE JULI 2011 - JUNI 2012**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

RANDY RAMADHAN PATMA ANDIKA

44308010014

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WARNA
WARNI PERDANA ADVERTISING DALAM
MENGOMUNIKASIKAN MEDIA LUAR RUANG
KEPADAKLIEN DI PERIODE JULI 2011 - JUNI 2012**

Nama : Randy Ramadhan Patma Andika

NIM : 44308010014

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 27 Januari 2013

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Menyetujui

Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ganteng" followed by a surname.

A.Judhie Setiawan SE,M.Si



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WARNA
WARNI PERDANA ADVERTISING DALAM
MENGOMUNIKASIKAN MEDIA LUAR RUANG
KEPADAK LIEN DI PERIODE JULI 2011 - JUNI 2012

Nama : Randy Ramadhan Patma Andika

NIM : 44308010014

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, Maret 2013

Mengetahui

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
1. Ketua Sidang
Dra. Yoyoh Herayah, M.Si (.....)

2. Penguji Ahli

Ir. Eddy S. Tumenggung, MM.

(.....)

3. Pembimbing Skripsi

A.Judhie Setiawan SE,M.Si

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. WARNA
WARNI PERDANA ADVERTISING DALAM
MENGOMUNIKASIKAN MEDIA LUAR RUANG
KEPADAKLIEN DI PERIODE JULI 2011 - JUNI 2012

Nama : Randy Ramadhan Patma Andika

NIM : 44308010014

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, Maret 2013

Mengetahui
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
A. Judie Setiawan S.E.M.Si.
MERCU BUANA

Dekan FIKOM UMB

Ketua Bidang Studi

Dr. Agustina Zubair,M.Si

Dra. Yoyoh Herayah,M.Si

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

RANDY RAMADHAN PATMA ANDIKA (44308010014)

Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Warna Warni Perdana Advertising Dalam Mengkomunikasikan Media Luar Ruang Di Periode Juli 2012-Juni 2012
(xii+75 Halaman; 28 Refrensi; 2 Tabel; 15 Lampiran)

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini dilakukan berawal dari fenomena media luar ruang yang dijadikan sebagai alat untuk beriklan. Fenomena tersebut memang menjadi konsumsi umum masyarakat ibu kota. Papan-papan iklan yang berjejeran di sepanjang jalanan dan sudut kota menjadi pemandangan sehari-hari. Hal tersebut dikarenakan persaingan yang begitu pesat dan maju dalam persaingan industri periklanan. Oleh karena itu penelitian ini ditujukan untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Warna Warni Perdana Advertising Dalam Mengkomunikasikan Media Luar Ruang Kepada klien Di Periode Juli 2012-Juni 2012.

Konsep yang digunakan pada penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi tahapan-tahapan analisa SWOT oleh Philip Kotler. *Management Pemasaran*, selanjutnya mengidentifikasi dengan menggunakan teori Philip Kotler. *Management Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* yang menjelaskan tentang langkah-langkah dalam mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif.

Sifat & tipe penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, metode yang digunakan adalah studi kasus dan teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan *indepth interview* (wawancara mendalam) kepada Manager Marketing PT.Warna Warni Perdana Advertising karena orang tersebut merancang strategi komunikasi pemasaran serta bertanggung jawab atas penjualan dan sesuai untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan serta analisa arsip serta dokumentasi perusahaan.

Hasil penelitian skripsi ini menunjukkan bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT.Warna Warni Perdana Advertising dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dengan menggunakan alat *tool promotion* terdiri dari *advertising, direct marketing, sales promotion, dan public realition*. Alat tersebut dimaksudkan untuk mengkomunikasikan apa yang dikembangkan melalui bauran pemasaran yang disebut dengan *4P Marketing Mix* terdiri dari *product, price, place, promotion*. Sehingga tujuan perusahaan dapat mengenai target sasaran yang akan dicapai.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjangkan selalu ke hadirat Ilahi Rabbi Allah Swt, atas segala limpahan nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada Nabi Muhammad Saw, beserta para keluarga, para sahabat, dan umatnya yang setia.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak sekali suka dan duka yang penulis alami. Selain itu, banyak juga bantuan dan motivasi yang penulis rasakan. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya khususnya kepada:

1. Bapak. A.Judhie Setiawan SE,M.Si Sebagai pembimbing peneliti yang telah yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai harganya bagi penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu. Dra.Yoyoh Herehah M.Si Sebagi Kaprodi & ketua sidang penulis yang telah memberikan kritik dan saran peneliti untuk lebih mendalami dalam penelitian.
3. Bapak.Ir. Eddy S. Tumenggung, MM. yang telah memberikan kritikan dan saran yang sangat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Ayahanda Hasan dan Ibunda Emi serta adik-adikku tersayang Husna Dan Marshanda yang telah memberikan support baik moril maupun materil serta

untaian doa-doa sehingga peneliti dapat mengerjakan penelitian ini dengan semangat.

5. Ibu Mery Susanti Manager Marketing PT.Warna Warni Perdana Advertising yang telah bersedia mengizinkan serta membantu untuk melakukan penelitian di perusahaan PT.Warna Warni Perdana Advertising.
6. Achmadi S.Pd.I sahabat yang telah memberikan dukungan dan bantuannya baik kritik, saran, maupun motivasi kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman angkatan 2008 Program Studi Marketing Communication & Advertising Terlebih khusus peneliti ucapkan terima kasih kepada Hendra Ningrat S.ikom, Alvian Rasyid Azibullah S.ikom, Rendia Fachmi S.ikom,Yoggi Septian Hardi S.ikom.
8. Kepada seluruh pihak yang peneliti tidak dapat sebutkan satu persatu.

Akhir kata perkenankanlah peneliti mohon maaf, apabila penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Semoga Allah Swt. membalas semua doa, kebaikan, dukungan, dan bantuan mereka yang telah diberikan. Amin.

Penulis

Randy Ramadhan Patma Andika

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Peneliti.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komunikasi Merupakan Bagian Dari Kegiatan Pemasaran.....	9
2.2	Bauran Komunikasi Pemasaran.....	11
2.3	Promotion Mix.....	13
2.4	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	23
2.5	Analisa SWOT.....	26
2.6	Segmentasi, Targeting, Positioning (STP).....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Sifat Dan Tipe Penelitian.....	35
3.2	Metode Penelitian.....	36
3.3	Narasumber.....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1	Data Primer.....	39
3.4.2	Data sekunder.....	39
3.5	Definisi Konsep.....	40
3.6	Fokus Penelitian.....	40
3.7	Teknik Analisis Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
	4.1.2 Visi Dan Misi.....	44
	4.1.3 Struktur Organisasi.....	45
	4.1.4 Produk Produk/ Jasa Perusahaan.....	46
4.2	Hasil Penelitian.....	51
	4.2.1 Komunikasi Pemasaran Perusahaan.....	52
	4.2.2 Analisis SWOT.....	53
	4.2.3 STP.....	56
	4.2.4 Strategi komunikasi pemasaran.....	60
4.3	Pembahasan.....	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	KESIMPULAN.....	71
5.2	SARAN.....	72
	5.2.1 Saran Akademis.....	72
	5.2.2 Saran Praktis.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel.1 Kekuatan dan Keterbatasannya Periklanan Luar ruang.....	5
Tabel.2 Bagan Matrik SWOT.....	55

