



**AKTIVITAS *EVENT* LOIS JEANS INDONESIA MELALUI PROGRAM  
*SALES PROMOTION* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

( PERIODE MEI - AGUSTUS 2012 )

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS  
Disusun oleh :  
MERCU BUANA  
**RACHMAD MAEKONANTO**

44308110044

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA**

**2013**



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING


**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **AKTIVITAS *EVENT* LOIS JEANS INDONESIA  
MELALUI PROGRAM *SALES PROMOTION*  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**  
( Periode Mei -Agustus 2012 )

Nama : Rachmad Maekonanto  
Nim : 44308110044  
Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juni 2013

UNIVERSITAS  
Mengetahui  
MERCU BUANA  
Pembimbing

  
( Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si. )



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

**LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul Skripsi : **AKTIVITAS *EVENT* LOIS JEANS INDONESIA  
MELALUI PROGRAM *SALES PROMOTION*  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

( Periode Mei -Agustus 2012 )

Nama : Rachmad Maekonanto

Nim : 44308110044

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juni 2013

1. Ketua Sidang

Nama : Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

2. Penguji Ahli

Nama : Sunarwati, S.Sn., M.Si.

3. Pembimbing

Nama : Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si.

(  )

(  )

(  )



UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **AKTIVITAS *EVENT* LOIS JEANS INDONESIA  
MELALUI PROGRAM *SALES PROMOTION*  
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**  
( Periode Mei -Agustus 2012 )

Nama : Rachmad Maekonanto

Nim : 44308110044

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Juni 2013

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

Pembimbing

MERCU BUANA

( Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si. )

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

( Dr. Agustina Zubair, M.Si. )

( Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si. )

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr. Wb

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya dalam segala hal maka terselesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa shalawat dan salam penulis sampaikan kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW yang menuntun kita umatnya hingga akhir zaman. Sembah sujud menuntun keridhoan kepada kedua orang tua penulis yang telah mendidik dan membimbing dalam menjalani kehidupan ini. Berkat doa dan dukungan mereka lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Aktivitas Event Lois Jeans Indonesia Untuk Meningkatkan Penjualan Periode Mei-Agustus 2012". Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi prasyarat kelulusan memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Marketing Communication & Advertising di Universitas Mercubuana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai kesulitan. Tetapi berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka kesulitan ini dapat diatasi. Oleh karena itu, penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materiil kepada :

1. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si., selaku dosen pembimbing serta ketua bidang studi jurusan Marketing Communication & Advertising Universitas MercuBuana yang telah mengajarkan dan memberikan arahan mengenai tahap-tahap penyusunan skripsi ini, terima kasih banyak sudah

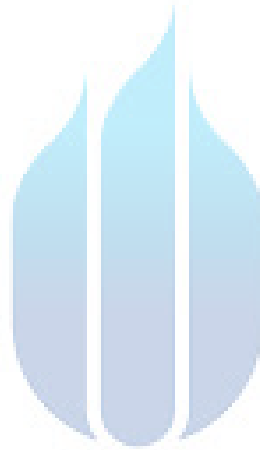
meluangkan waktu dan berbagi ilmu serta memberikan saran dan masukan yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas MercuBuana.
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku dosen serta ketua sidang skripsi yang telah memberikan masukan serta saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Ibu Sunarwati, M.Si. selaku penguji ahli yang telah memberikan masukan serta saran untuk penyempurnaan skripsi ini.
5. Dosen-dosen yang mengajar di jurusan Marketing Communication & Advertising yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti.
6. Bapak Jauhari selaku Marketing Manager di PT. IntiGarmino Persada pemegang lisensi Lois Jeans yang banyak memberikan memberikan informasi seputar penelitian penulis.
7. Ibu Ida selaku Marketing Communication di PT. IntiGarmino Persada pemegang lisensi Lois Jeans yang banyak memberikan memberikan informasi seputar penelitian penulis.
8. Keluarga tercinta
9. Teman-teman seperjuangan Marcomm angkatan 11 dan 13
10. Sahabat-sahabatku
11. Seluruh staf karyawan kampus yang turut membantu demi kelancaran penyelesaian penulisan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan pengetahuan, waktu dan data yang dimiliki oleh peneliti, maupun surutnya semangat. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kita semua dengan cinta dan kasih sayang-Nya yang tidak terhingga.

Wassalammualaikum. Wr. Wb

Jakarta, April 2013



Rachmad Maekonanto

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## MOTTO

"Hal-hal besar tidak dicapai secara tiba-tiba, melainkan melalui perpaduan dari serentetan hal-hal kecil yang dilakukan dengan baik dan sempurna."

(Vincent Van Gogh)

"Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan."

(Thomas A. Edison-Penemu dan Pendiri Edison Electric Light Company)

"Hari ini Anda adalah orang yang sama dengan Anda di lima tahun mendatang, kecuali dua hal: orang-orang di sekeliling Anda dan buku-buku yang Anda baca."

(Charles "Tremendeous" Jones-Presiden Life Management Service, Inc)

"Apapun yang kita lakukan haruslah memberikan kebaikan"

(.....)



## DAFTAR ISI

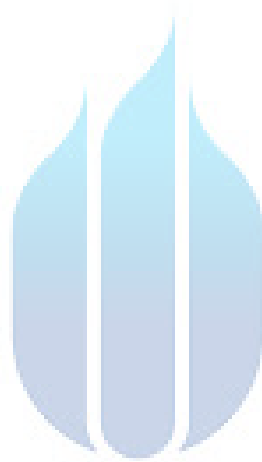
<b>ABSTRAKSI</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	12
2.1.1 Komunikasi .....	12
2.1.2 Pemasaran .....	16
2.1.3 Komunikasi Pemasaran .....	21
2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	23
2.3 Bauran Promosi .....	26
2.3.1 Iklan .....	30
2.3.2 Penjualan Pribadi .....	33
2.3.3 Promosi Penjualan .....	35
2.3.4 Hubungan Masyarakat .....	40
2.4 Event .....	44
2.4.1 Event Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran .....	45
2.4.2 Peranan Event .....	48
2.4.3 Manfaat dan Alasan Penggunaan Event .....	50
2.4.4 Tujuan Event .....	51
2.4.5 Jenis-jenis Event .....	52
2.4.6 Kelompok Event .....	54
2.4.7 Proses Event .....	55
2.4.7.1 Penelitian Event .....	57
2.4.7.2 Desain Event .....	58
2.4.7.3 Perencanaan Event .....	62
2.4.7.4 Koordinasi Pelaksanaan Event .....	62
2.4.7.5 Evaluasi Event .....	64

	2.4.8 Faktor-Faktor Event .....	66
	2.5 Penjualan .....	67
	2.6 Analisa STP.....	71
	2.6.1 Segmentasi .....	72
	2.6.2 Targeting .....	74
	2.6.3 Positioning .....	75
	2.7 Aktivitas .....	77
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>78</b>
	3.1 Sifat Penelitian .....	78
	3.2 Metode Penelitian .....	79
	3.3 Narasumber .....	80
	3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	81
	3.4.1 Data Primer .....	81
	3.4.2 Data Sekunder .....	82
	3.5 Definisi Konsep .....	82
	3.6 Fokus Penelitian .....	83
	3.7 Teknik Analisis Data .....	83
	3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	84
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>87</b>
	4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	87
	4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	87
	4.1.2 Profil Perusahaan .....	88
	4.1.3 Produk Perusahaan .....	89
	4.1.4 Pendistribusian Produk .....	89
	4.1.5 Visi dan Misi Perusahaan .....	90
	4.2 Profil Konsumen .....	91
	4.3 Hasil Penelitian .....	91
	4.3.1 Analisa Aktivitas Event .....	92
	4.4 Pembahasan .....	113
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>
	5.1 Kesimpulan .....	124
	5.1.1 Aktivitas Event .....	124
	5.1.2 Program Sales Promotion .....	126
	5.2 Saran .....	129
	5.2.1 Saran Akademis .....	129
	5.2.2 Saran Praktis .....	129

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pabrik Denim Seluruh Dunia .....	3
Tabel 2.1	Karakteristik pesan pada tiap tahap komunikasi .....	21



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Unsur-unsur dalam proses komunikasi .....	14
Gambar 2.2	Empat P bauran pemasaran .....	20
Gambar 2.3	Peranan Event Marketing .....	48
Gambar 2.4	Awareness & Efektifitas <i>Event Marketing</i> .....	51
Gambar 2.5	Proses Tahap Mengelola Event .....	56
Gambar 2.6	Lima Pertanyaan Kunci .....	60
Gambar 4.1	Brand Lois Jeans .....	87
Gambar 4.2	Event Lois Jeans Indonesia di PRJ .....	94
Gambar 4.3	Event Lois Jeans Indonesia War Of Dance di Surabaya .....	95
Gambar 4.4	Event Lois Jeans Indonesia War Of Dance di Medan .....	96
Gambar 4.5	Event Lois Jeans Indonesia Opening Showroom di Mall Kota Kasablanka, Jakarta .....	97
Gambar 4.6	Event Lois Jeans Indonesia Opening Showroom di Mall Panakukang, Makassar .....	98
Gambar 4.7	Sponsorship Lois Jeans Indonesia di event Musikal Lutung Kasarung .....	99

MERCU BUANA

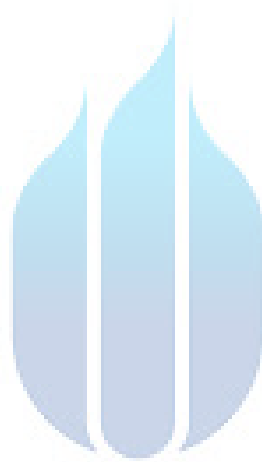
## **DAFTAR LAMPIRAN**

GAMBAR-GAMBAR

TRANSKRIP WAWANCARA

SURAT PERMOHONAN PENGUMPULAN DATA

CURICULLUM VITAE



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**