



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN  
PT. PANCA KARSA PERMANA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN  
USAHA JASA KONSTRUKSI PADA TAHUN 2011**

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

Disusun Oleh:

**Johvi Sukmana**

4430412-019

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2012**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Johvi Sukmana  
Nim : 4430412-019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Marketing Komunikasi  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Pancakarsa Permana  
dalam Menghadapi Persaingan Usaha Jasa Konstruksi  
Tahun 2011

Jakarta, Februari 2012

Pembimbing Skripsi,

(Dra. Tri Diah Cahyowati., M. Si.)

Tanggal :



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Johvi Sukmana  
Nim : 4430412-019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Marketing Komunikasi  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Pancakarsa Permana  
dalam Menghadapi Persaingan Usaha Jasa Konstruksi  
Tahun 2011

Jakarta, Februari 2012

1. Ketua Sidang  
(Dra. Yoyoh Hereyah., M. Si.)
2. Penguji Ahli  
(SM. Niken Restaty., M. Si.)
3. Pembimbing  
(Dra. Tri Diah Cahyowati., M. Si.)

( ..... )  
( ..... )  
( ..... )



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Johvi Sukmana  
Nim : 4430412-019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Marketing Komunikasi  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Pancakarsa Permana  
dalam Menghadapi Persaingan Usaha Jasa Konstruksi  
Tahun 2011

Jakarta, Februari 2012

Pembimbing Skripsi,

(Dra. Tri Diah Cahyowati., M. Si.)

Tanggal :

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Tanggal :

Ketua Program Studi,

(Dra. Tri Diah Cahyowati., M. Si.)

Tanggal :

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas berkah, rahmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi komunikasi pemasaran PT. Panca Karsa Permana dalam menghadapi persaingan usaha jasa konstruksi pada tahun 2011”**. Penyusunan skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Komunikasi jurusan *Marketing Communication* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang dikarenakan kurangnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan masukan dan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dukungan serta motivasi dari berbagai pihak, baik dalam pengambilan bahan dan data, penyajian, pembahasan, maupun dalam tehnik penulisannya. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati., M.Si, selaku Pembimbing Skripsi dan Ketua Jurusan *Marketing Communication* Universitas Mercu Buana, Jakarta yang telah memberikan masukan, kritik, saran dan meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dalam pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah., M.Si, selaku Ketua Sidang yang telah memberikan kritik dan saran guna penyempurnaan skripsi ini.

3. Ibu SM. Niken Restaty., M.Si, selaku dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran guna penyempurnaan skripsi ini.
4. Dosen, Staff dan Karyawan PKSM Universitas Mercu Buana, yang membantu pencapaian diri peneliti hingga ke titik ini.
5. Bapak Eddy Kusmanan, selaku Direktur Utama PT. Panca Karsa Permana yang telah memberikan kesempatan penulis melakukan penelitian di perusahaannya.
6. Keluarga penulis tercinta, Mama, Papa, Kakak dan Adik-adik atas doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Istri dan Putri penulis tercinta, Intan dan Kalea yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman PKSM angkatan VI, atas doa serta dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman PT. Korekapi Communication, atas doa serta dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membacanya. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, 24 Februari 2012

**Johvi Sukmana**

## DAFTAR ISI

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| Lembar Persetujuan Skripsi ..... | i   |
| Tanda Lulus Sidang Skripsi ..... | ii  |
| Lembar Pengesahan Skripsi .....  | iii |
| Abstraksi .....                  | iv  |
| Kata Pengantar .....             | v   |
| Daftar Isi .....                 | vii |
| Daftar Tabel .....               | x   |
| Daftar Gambar .....              | xi  |
| Daftar Lampiran .....            | xii |

### BAB I PENDAHULUAN

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 1.1. Latar Belakang Penelitian ..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah .....           | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....         | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....        | 6 |
| 1.4.1. Manfaat Akademis .....        | 6 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis .....         | 7 |

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Komunikasi Pemasaran .....                             | 8  |
| 2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....                    | 10 |
| 2.2.1. <i>Context Analysis</i> .....                        | 13 |
| 2.2.2. <i>Promotional Goals</i> .....                       | 19 |
| 2.2.3. <i>Promotional Strategy</i> .....                    | 19 |
| 2.2.4. <i>Scheduling and Resources</i> .....                | 22 |
| 2.2.5. <i>Implementation, Control, and Evaluation</i> ..... | 24 |
| 2.3. Bauran Pemasaran .....                                 | 24 |
| 2.4. Bauran Komunikasi Pemasaran .....                      | 26 |

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 3.1. Tipe Penelitian .....                     | 33 |
| 3.2. Metode Penelitian .....                   | 34 |
| 3.3. Subyek Penelitian.....                    | 34 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....             | 36 |
| 3.4.1.Data Primer .....                        | 36 |
| 3.4.2.Data Sekunder .....                      | 36 |
| 3.5. Definsi Konsep dan Fokus Penelitian ..... | 36 |
| 3.5.1.Definisi Konsep .....                    | 36 |
| 3.5.2.Fokus Penelitian .....                   | 37 |
| 3.6. Teknik Analisa Data .....                 | 38 |

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                         | 40 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan .....                             | 40 |
| 4.1.2 Visi dan Misi .....                                  | 41 |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                 | 42 |
| 4.2.1 <i>Context Analysis</i> .....                        | 43 |
| 4.2.2 <i>Promotional Goals</i> .....                       | 50 |
| 4.2.3 <i>Promotional Strategy</i> .....                    | 53 |
| 4.2.4 Penerapan Bauran Komunikasi Pemasaran .....          | 56 |
| 4.2.5 <i>Scheduling and Resources</i> .....                | 59 |
| 4.2.6 <i>Implementation, Control, and Evaluation</i> ..... | 63 |
| 4.3 Analisa dan Pembahasan .....                           | 65 |



## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan .....       | 70 |
| 5.2 Saran .....            | 72 |
| 5.2.1 Saran Akademis ..... | 72 |
| 5.2.2 Saran Praktis .....  | 72 |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

|       |                                                                                    |    |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel | 4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Panca Karsa Permana<br>pada tahun 2011 ..... | 68 |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                          |    |
|------------|----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | Nilai Proyek PT. Panca Karsa Permana .....               | 4  |
| Gambar 2.1 | <i>Marketing Communications Planning Framework</i> ..... | 12 |
| Gambar 4.1 | Laju Pertumbuhan Bidang Ekonomi di Jakarta .....         | 65 |

## DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan dari PT. Panca Karsa Permana

Hasil Wawancara

Hasil Karya PT. Panca Karsa Permana

Tampilan Website [www.pancakarsapermana.com](http://www.pancakarsapermana.com)

*Signage* pada *front desk* kantor PT. Panca Karsa Permana

Tampak depan kantor PT. Panca Karsa Permana

Cutting Sticker pada kendaraan PT. Panca Karsa Permana

Seragam karyawan PT. Panca Karsa Permana

*Curriculum Vitae*