



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT METROPOLITAN LAND DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PERUMAHAN PURI METROPOLITAN
PERIODE 2010**

Diajukan sebagai syarat dalam mencapai Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang
Studi Advertising & Marketing communication

Di susun Oleh:
PARLINDUNGAN SAHAT MONANG
44308010075

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2012



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT. METROPOLITAN LAND DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PURI
METROPOLITAN PERIODE 2010**

Nama : Parlindungan Sahat Monang

NIM : 44308010075

**Fakultas : Ilmu Komunikasi (Marketing Communication &
Advertising)**

Jakarta, 26 Juli 2012

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Irene Irawaty, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT. METROPOLITAN LAND DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PURI
METROPOLITAN PERIODE 2010

Nama : Parlindungan Sahat Monang

NIM : 44308010075

Fakultas : Ilmu Komunikasi (Marketing Communication & Advertising)

Jakarta, 27 Juli 2012

Ketua Sidang,
(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

()

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

()

Pembimbing,
(Dra. Irene Irawaty, M.Si)

()



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PT. METROPOLITAN LAND DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN PERUMAHAN PURI
METROPOLITAN PERIODE 2010**

Nama : **Parlindungan Sahat Monang**

NIM : **44308010075**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi (Marketing Communication &
Advertising)**

Jakarta, 27 Juli 2012

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

(Dra. Irene Irawaty, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi,

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

KATA PENGANTAR

Salam Sejahterah,

Pertama - tama penulis panjatkan segala puji dan syukur kepada Tuhan YME telah memberikan rahmat dan karunia – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran PT Metropolitan Land Dalam Meningkatkan Penjualan Perumahan Puri Metropolitan Periode 2010. dan memiliki tujuan untuk persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing . Berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan ,saran dan motivasi.

Saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bu Dra. Irene Irawaty. M.si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam mengarahkan dan membimbing saya dalam pembuatan tugas skripsi ini.
2. Bu Dra. Tri Diah Cahyowati. M.si selaku kepala jurusan Marketing & communication yang telah memberikan izin kepada saya untuk pembuatan skripsi ini.
3. Kepada kedua orang tua saya yang tidak henti – henti nya mendukung dan mendoakan saya dalam pembuatan skripsi ini.

4. Tidak lupa saya juga mengucapkan terima kasih kepada kedua adik saya yaitu Tumpal Pandapotan Simarmata, Fransiskus Simarmata dan sepupu saya yaitu Beny Raja gug – gug. Yang telah mensuport saya dalam pembuatan skripsi ini.
5. Teman – teman Marketing Comunication & Advertising angkatan 2008 yang telah memberi dukungan, masukan, & saran kepada saya untuk menyelesaikan skripsi. Seperti : Regiana,Winy, Dhoni, Dini, Ajip, Hendra, Fahmi, Mujiono, Riko.

Penulis menyadari keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang saya anggap bersifat membangun.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khusus nya dan bagi pembaca umum nya. Terima Kasih

Jakarta, Juli 2012

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 . Latar Belakang	1
1.2 . Perumusan Masalah	6
1.3 . Tujuan Penelitian	6
1.4 . Signifikasi Penelitian	6
1.4.1. Signifikasi Akademis	6
1.4.2. Signifikasi Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 . Pengertian Komunikasi	8
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	11
2.3. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.4. Strategi Komunikasi Pemasaran	16

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 . Tipe Penelitian	31
3.2 . Metode Penelitian	31
3.3 . Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 . Nara Sumber atau Key Informan	33
3.5 . Defenisi Konsep	33
3.6 . Fokus Penelitian	34
3.7 . Teknik Analisa Data	34
3.8. Teknik Keabsaan Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1. Sejarah Perusahaan.....	37
4.2. Visi & Misi.....	38
4.3. Struktur Perusahaan.....	39
4.4. Hasil Penelitian.....	41
4.4.1. Segmentasi pasar.....	42
4.4.2. Positioning.....	43
4.4.3. Tujuan Komunikasi.....	44
4.4.4. Saluran Komunikasi.....	45
4.4.5. Mendesain Pesan.....	47
4.4.6. Penetapan Anggaran.....	49
4.4.7. Promotion Mix.....	50
4.4.8. Pelanggan.....	54

4.5. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	63
5.1. Kesimpulan.....	63
5.2. Saran.....	64
5.2.1. Saran Akademis.....	64
5.2.2. Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tingkat penjualan puri metropolitan.....	5
Gambar 1.2. Struktur perusahaan.....	39
Gambar 1.3. Usia pembeli rumah puri metropolitan.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat keterangan wawancara dari kampus
Lampiran 2	: Surat keterangan wawancara dari puri metropolitan
Lampiran 3	: Berita acara wawancara
Lampiran 4	: Hasil Wawancara
Lampiran 5	: Spanduk
Lampiran 6	: Flyer Pameran
Lampiran 7	: Billboard
Lampiran 8	: Brosur
Lampiran 9	: Event