



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
PADA PRODUK *PRIVATE BRAND* LOTTEMART
TAHUN 2011**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi**

Disusun oleh :

FRISKA LANDELINA SIHOTANG

44307120030

Marketing Communication & Advertising

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



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JURUSAN MARKETING KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Friska Landelina Sihotang
Nim : 44307120030
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Study : Marketing Communication & Advertising
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada
Produk *Private Brand* LotteMart Tahun 2011

Jakarta, 23 September 2012

Disetujui oleh :

Pembimbing Skripsi

(A. Judhie Setiawan SE.,M.Si.)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JURUSAN MARKETING KOMUNIKASI

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Friska Landelina Sihotang
Nim : 44307120030
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Study : Marketing Communication & Advertising
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk
Private Brand LotteMart Tahun 2011

Jakarta, 4 November 2012

1. Ketua Sidang

Nama : Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli

Nama : Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si.

(.....)

3. Pembimbing

Nama : A. Juddie Setiawan SE., M.Si

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JURUSAN MARKETING KOMUNIKASI

PERBAIKAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Friska Landelina Sihotang
Nim : 44307120030
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Study : Marketing Communication & Advertising
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk
Private Brand LotteMart Tahun 2011

Jakarta, 4 November 2012

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan SE.,M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Produk *Private Brand* LotteMart Tahun 2011.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi. Selesaiannya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak berupa material, spiritual maupun informasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak A. Judhie Setiawan, SE.,M.Si. Selaku Dosen pembimbing penulis yang telah banyak memberikan bimbingan, serta keluangan waktu kepada penulis untuk skripsi ini.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. Selaku ketua jurusan Marketing Communication & Advertising.
3. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si. Terima kasih atas kesediaan bapak untuk menjadi ketua sidang penulis.
4. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si. Terima kasih atas kesediaan ibu untuk menjadi penguji ahli penulis.
5. Ibu Dra. Diah Wardhani, M. Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Terima kasih untuk ilmu-ilmu yang telah diberikan selama penulis menjalani kuliah.

7. Seluruh staff Tata Usaha FIKOM terutama Bapak Syamsudin yang sudah banyak membantu penulis dalam pembuatan surat-surat pengantar
8. Untuk orang tua dan abang serta adik-adik terkasih, terima kasih untuk doa dan dukungan yang telah diberikan
9. Untuk Roy Paham Manurung seorang terkasih yang selalu memberikan support untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman - Teman Seperjuangan di UMB Lidya, Winda, Santoso, Nugroho, Dennis, Shinta, Septi, Wulan, Ferari.
11. Marketing Manager PT. LotteMart Indonesia Bp. Yudi Ang, dan Private Brand Manager Ibu Kiki Indriani, beserta Staf PT. LotteMart Indonesia lainnya, Terima kasih untuk bantuan yang kalian berikan selama ini dan maaf jika selalu merepotkan.
12. Untuk sahabat - sahabat lainnya Rini, Yanti, Novita, Helen, Dwi terima kasih untuk dukungan dan semangat kalian.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata semoga Skripsi yang penulis buat ini dapat menambah pengetahuan dan manfaat bagi yang membaca.

Jakarta, 16 September 2012

Penulis,

(Friska Landelina Sihotang)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Maksud Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.2 Pengertian Strategi	14
2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	15
2.3.1 Ciri-ciri Utama Komunikasi Pemasaran Terpadu	18

2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran Terpadu	21
2.3.3 Model Komunikasi Pemasaran Terpadu	22
2.4 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	25
2.5 STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>)	33
2.5.1 Segmentasi	33
2.5.2 Targeting	35
2.5.3 Positioning	36
2.6 Merek (<i>Brand</i>)	39
2.6.1 Merek Produk (<i>Product Brand</i>).....	41
2.6.2 Private Brand	42
2.6.3 Private Brand Lottemart	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	49
3.3 Nara Sumber	51
3.4 Teknik Pengumpulan Data	52
3.4.1 Data Primer	52
3.4.2 Data Sekunder	54
3.5 Definisi Konsep & Fokus Penelitian	54
3.5.1 Definisi Konsep.....	54
3.5.2 Fokus Penelitian.....	55
3.6 Teknik Analisa Data	57
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	57
3.8 Teknik Keabsahan Data	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum.....	61
4.1.1 Profil PT. LOTTEMART INDONESIA	63
4.1.2 Visi & Misi Perusahaan.....	63
4.1.3 Logo Perusahaan.....	63
4.1.4 Struktur Organisasi Head Office Perusahaan.....	64
4.1.5 Category Produk Pada Perusahaan.....	66
4.2 Produk <i>Private Brand</i> Lottemart	67
4.2.1 Logo Produk <i>Private brand</i> Lottemart.....	75
4.2.2 Profil Nara Sumber	76
4.3 Hasil Penelitian	76
4.3.1 Model Komunikasi Pemasaran Terpadu	77
4.3.1.1 Mengkaji Rencana Pemasaran	77
4.3.1.2 Analisa Situasi Program Promosi	81
4.3.1.3 Analisa Dari Proses Komunikasi	86
4.3.1.4 Penentuan Anggaran	89
4.3.1.5 Mengembangkan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	90
4.3.1.6 Merancang dan Melaksanakan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	97
4.3.1.7 Memantau, Mengevaluasi, dan Mengendalikan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu	102
4.4 Pembahasan	103
4.5 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	113

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran	116
5.2.1 Saran Akademis	116
5.2.2 Saran Praktis	117

DAFTAR PUSTAKA	118
-----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN	122
------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

1.	Tabel 2.1 Model Komunikasi Pemasaran Terpadu	22
2.	Tabel 4.1 Struktur Organisasi Head Office Lottemart	64
3.	Tabel 4.2 Tabel Keuntungan & Keterbatasan produk <i>Private brand</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian & Interview ke PT. Lottemart Indonesia

Lampiran 2. Hasil Transkrip Wawancara

Lampiran 3. Daftar Produk Grocery *Private brand* Lottemart

Lampiran 4. Daftar Produk Non food *Private brand* Lottemart

Lampiran 5. Daftar Produk Fresh food *Private brand* Lottemart