



STRATEGI PROMOSI PRODUK KIRANTI - SEHAT DATANG BULAN

PLUS JUICE ORANGE (Periode 2009)

Skripsi

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising**

Disusun Oleh:

Mutia Sari

44306010014

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PRODUK KIRANTI – SEHAT
DATANG BULAN PLUS JUICE ORANGE (Periode 2009)
Nama : Mutia Sari
Nim : 44306010014
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, September 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(SM. Niken Restaty, S. Sos, M. Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PRODUK KIRANTI – SEHAT
DATANG BULAN PLUS JUICE ORANGE (Periode 2009)
Nama : Mutia Sari
Nim : 44306010014
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, September 2010

Ketua Sidang
(Dra. Tri Dhiyah Cahyowati, M. Si)

: (.....)

Penguji Ahli
(Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si)

: (.....)

Pembimbing
(SM. Niken Restaty, S. Sos, M. Si)

: (.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PRODUK KIRANTI – SEHAT
DATANG BULAN PLUS JUICE ORANGE (Periode 2009)
Nama : Mutia Sari
Nim : 44306010014
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, September 2010

Pembimbing

(SM. Niken Restaty, S. Sos, M. Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M. Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si)

" Skripsi ini aku persembahkan untuk kalian yang mencintaiku dan menerimaku apa adanya, kedua orangtuaku, kakak-kakakku, dan dua keponakan ku yang selalu memberikan kejutan, serta seorang pria yang hadir dalam hatiku"

Salah satu pengkerdilan terkejam dalam hidup adalah membiarkan pikiran yang cemerlang menjadi budak bagi tubuh yang malas, yang mendahulukan istirahat sebelum lelah. (Mario Jeguh)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan banyak kesempatan dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Promosi Produk Kiranti – *Sehat Datang Bulan Plus Juice Orange* (periode 2009).

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan studi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana Jakarta. Untuk meningkatkan kualitas dan peran serta mahasiswa dalam pembangunan nasional.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu SM. Niken Restaty., S.Sos., M. Si, selaku pembimbing skripsi yang telah memacu penulis untuk terus mempelajari banyak hal dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan waktu serta ilmu – ilmunya.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si, selaku Kepala Program Studi Marcomm. & Advertising yang telah menjadi layaknya seorang ibu bagi penulis di dunia perkuliahan ini.

3. Bapak DR. Farid Hamid, M. Si selaku dosen pembimbing akademik yang baik dalam membantu mahasiswanya menjalani masa – masa studi di Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Diah Wardhani selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Dosen – dosen pengajar dan juga seluruh staff tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan serta melayani mahasiswanya.
6. Ibu Yuna Eka Kristina, selaku PR Manager PT.Group Orang Tua. Terima kasih karena sudah meluangkan waktu untuk di wawancara.
7. Ayahandaku-Muchtar M & Ibundaku-Rozana M (*my lovely parents*), uwo Nike + temudo Hendrik, cing Ovi, ngah Ria, odo Jay (*my lovely brother & sister*), Fathir + Amelia. Terima kasih yang tak terhingga untuk kasih sayang yang terucap dalam setiap doa dan bantuan baik moril maupun materil yang kalian luangkan untukku.
8. Sahabat – sahabat seperjuanganku di Marcomm. & Advertising 2006 Febri (makasih iya ‘Ukthi Febri’ udah temenin aku wawancara), Nining (makasih iya ‘Ukthi Aning’ udah ingetin aku selalu buat selesain skripsi ini), Sari (makasih iya ‘Ukthi Ai’ udah semangatin aku sampe selesai- ayoo ai cepat menyusul), Irfan, Agung, Indra, Irul, Lucky (ayooo terus berjuang, cepat menyusul, semangat!), Cecep + Nurie (makasih iya traktirannya, sering-sering lhoo, ayoo cecep cepat selesai) Saskya dan lainnya...yang telah memberikan warna, semangat serta inspirasi selama masa perkuliahan 4 tahun ini.

9. Sahabat hati-ku, Mas Ipan dan keluarga, terima kasih untuk doa dan “kejutan”nya
😊
10. Sahabat – sahabatku Ninda, Meli, Any, & k’winda. *Makasih iia mau dengerin curhatan aku.*
11. Sahabat – sahabatku di Univ. Mercu Buana Mimi, Gatiar, Eka, Ka Tia, Ka Chubby, Fajar, Inayah, Ichi, Amo... *ndak cukup dengan kata ‘terima kasih’ untuk melukiskan keceriaan yang pernah kita lalui.*
12. Keluarga besarku di Teater Amoeba terima kasih atas semangat yang diberikan.
13. Senior – senior & Adik – adik Marcomm. angkatan 2007 terima kasih atas kerja sama yang sangat membantu dan juga pengalamannya.
14. Serta semua pihak yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri. Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan dari semua pihak .

Jakarta, September 2010

Mutia Sari

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Pemasaran Sebagai Bagian Dari Promosi.....	9
2.2 Bauran Pemasaran.....	11
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.3.2 Elemen Dalam Bauran Pemasaran.....	13
2.3 Bauran Promosi.....	14

2.3.1 Pengertian Promosi.....	14
2.3.2 Tujuan Promosi.....	17
2.3.3 Elemen Dalam Bauran Promosi.....	20
2.4 Strategi Promosi.....	28
2.4.1 Analisis SWOT.....	31
2.4.2 Analisis STP.....	34
2.4.2.1 Segmentasi.....	36
2.4.2.2 Targeting.....	38
2.4.2.3 Positioning.....	39
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Tipe Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Data Primer.....	46
3.3.2 Data Sekunder.....	47
3.4 Nara Sumber.....	47
3.5 Definisi Konsep.....	47
3.6 Fokus Penelitian.....	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	49
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Perusahaan.....	50
4.1.1 Ruang Lingkup Usaha PT.GOT.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Tujuan Promosi.....	57
4.2.2 Analisis SWOT.....	63
4.2.3 Analisis STP.....	68
4.2.4 Strategi Promosi.....	69

4.3 Pembahasan.....	72
---------------------	----

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
----------------------------------	-----------

5.1 Kesimpulan.....	81
---------------------	----

5.2 Saran.....	83
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA.....	85
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	87
----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bauran Pemasaran.....	12
Gambar 2. Model STP.....	35