



**STRATEGI MEDIA LUAR RUANG PERUMAHAN PANORAMA SERPONG
TAHUN 2010**

SKRIPSI

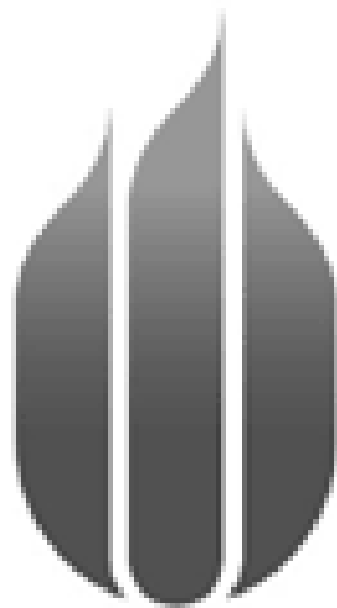
Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

Disusun oleh :

MIYA ISYANATIN

44306110002

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI MEDIA LUAR RUANG PERUMAHAN
PANORAMA SERPONG TAHUN 2010

Nama : Miya Isyanatin

NIM : 44306110002

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

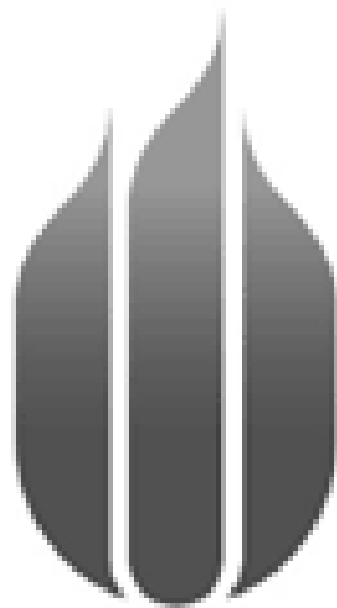
Jakarta, 22 Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing



Sugihantoro, S.sos.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI MEDIA LUAR RUANG PERUMAHAN
PANORAMA SERPONG TAHUN 2010

Nama : Miya Isyanatin

NIM : 44306110002

Fakultas : Ilmu Komunikasi

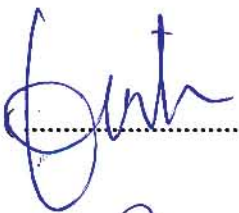
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 31 Juli 2010

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.



(.....)

2. Penguji Ahli

Drs. Akhmad Mulyana, M.Si.



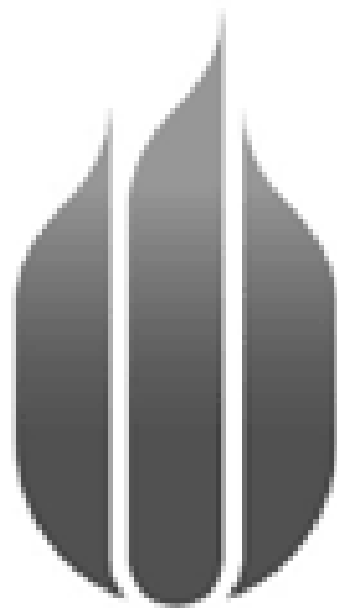
(.....)

3. Pembimbing

Sugihantoro, S.sos.



(.....)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI MEDIA LUAR RUANG PERUMAHAN
PANORAMA SERPONG TAHUN 2010

Nama : Miya Isyanatin

NIM : 44306110002

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 10 Agustus 2010

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing



(Sugihantoro, S.sos.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

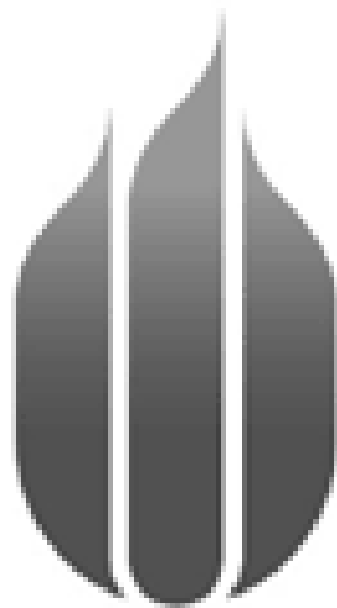


(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

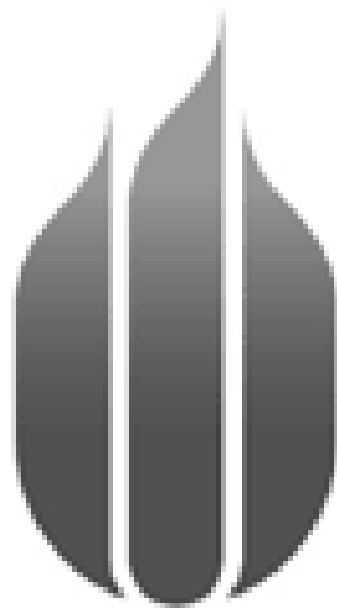
Ketua Program Studi



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



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Alhamdulillahirobil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Kuasa atas segala Rahmat, Karunia serta Hidayah-Nya, yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **Strategi Media Luar Ruang Perumahan Panorama Serpong Tahun 2010.**

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Adapun proses yang penulis lalui tidak terlepas dari dukungan orang-orang sekitar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengungkapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual, sehingga selesainya penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dipersembahkan kepada:

1. Bapak Sugihantoro S.sos, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu dan tidak bosan untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi hingga selesai.

2. Bapak Hamim Abkar selaku *Marketing dan Promotion Manager* Panorama Serpong yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan memberi data-data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini.
3. Bapak Ir. Made Prabawa, M.m selaku pemilik PT. Arya Lingga Manik yang telah mengizinkan penulis untuk menjadikan perumahan Panorama Serpong sebagai objek penelitian skripsi penulis.
4. Bapak Taufiqurochman dan para staff Panorama Serpong yang telah banyak membantu penulis untuk melengkapi penelitian skripsi.
5. Ibu Fitri selaku Media Planner Dwitama Advertising yang telah membantu penulis mengumpulkan data-data yang dibutuhkan untuk peneliti.
6. Ibu Drs. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fikom UMB.
7. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si selaku ketua jurusan *Marketing Communication and Advertising* Universitas Mercu Buana.
8. Ibu S.M. Niken Restaty S.sos. M.Si yang telah banyak membantu memberikan segudang solusi dan motivasi penulis.
9. Para Dosen jurusan Marcomm & Advertising yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di Fikom UMB.
10. Seluruh staff, TU FIKOM UMB dan perpustakaan yang telah memberikan kemudahan dalam keperluan akademis penulis.
11. Kedua Orang Tua, Bapak (Alm.) yang selalu menjadi panutan dan motivator dalam segala hal, Ibu yang tidak pernah berhenti mendoakan, memberikan kasih sayang dan dukungan serta bantuan secara moril dan materil selama ini kepada penulis.

12. Dini dan Rina selaku Kakak dan Adik yang selalu mendukung dan mendoakan penulis agar cepat lulus.
13. Ahmad Mujahid Perdana Suta yang telah memberikan waktu dan dukungannya serta menjadi pembangkit motivasi pribadi penulis untuk menyelesaikan kuliah di UMB.
14. Eva, Fatimah, Risa, Astrid, Hariyanda dan Novan, yang selalu bersedia mendengarkan keluhan dan memberikan saran untuk penulis.
15. Keluarga besar Marcomm & Advertising khususnya angkatan 8 dan semua rekan yang tidak disebutkan namanya, terimakasih atas pemikiran, dukungan dan hubungan baik yang terbina selama ini.
16. Plus Adv team; Bapak Isa, Bapak Taurus, Ibu Nur, Hendrik dan khususnya Bapak Sandy atas pengertiannya kepada penulis selama penyusunan skripsi.
17. *All of My friends in this world,,thanks for everything,,sorry if I have a lot of mistakes,,coz i'm not a perfect person.*

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan, dan penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengetahuan, oleh karena itu saran dan kritik membangun sangat diharapkan.

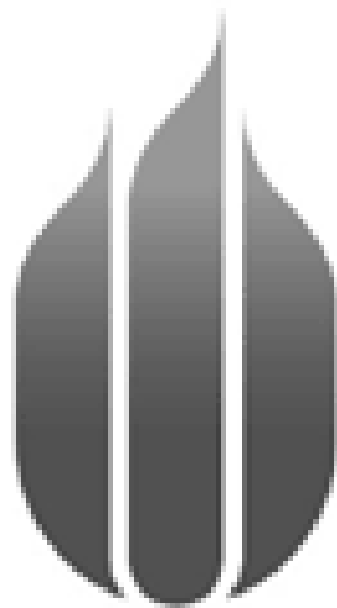
Amin Ya Robal Alamin,

Wasalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Juli 2010

Penulis

Miya Isyanatin



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKripsi	ii
LEMBAR PERSETUJUAN LULUS SIDANG SKripsi	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKripsi	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4.Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Media sebagai Sarana Komunikasi	10
2.2. Strengths, Weakness, Opportunities and Threats (SWOT)	13
2.3. Segmenting, Targeting, Positioning (STP)	14
2.3.1. Segmenting.....	14
2.3.2. Targeting	17
2.3.3. Positioning	17
2.4. Media Periklanan	19
2.5. Strategi Media	20
2.5.1. Pemilihan Audien Sasaran	22
2.5.2. Spesifikasi Tujuan.....	26
2.5.3. Pemilihan Media dan Sarana.....	30
2.5.4. Pembelian Media.....	31
2.6. Penjadwalan Media	31
2.7. Media Luar Ruang	32
2.7.1. Karakteristik Media Luar Ruang.....	34
2.7.2. Kekuatan dan Keterbatasan Media Luar Ruang.....	36
2.8. Jenis-jenis Promosi Outdoor	40
2.9. Tujuan Periklanan Outdoor	48
2.10. Proses Penentuan Titik Lokasi Media Luar Ruang.....	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	53
3.2. Metode Penelitian	54

3.3. Teknik Penentuan Nara Sumber / Informan	55
3.4. Teknik Pengumpulan Data	55
3.5. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	56
3.6. Teknik Analisis Data	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1. Sekilas tentang Perumahan Panorama Serpong	59
4.1.2. Visi dan Misi	60
4.1.3. Bagan Struktur Organisasi	61
4.1.4. Analisa Pasar	61
4.1.5. Analisa SWOT	62
4.1.6. Harga dan Cara Pembayaran Produk	63
4.2. Hasil Penelitian	64
4.2.1. Segmenting, Targeting, Positioning	65
4.2.2. Pemilihan Audien Sasaran	68
4.2.3. Menspesifikasi Tujuan Media	69
4.2.4. Pemilihan Media dan Sarana	74
4.2.5. Pembelian Media	81
4.2.6. Penjadwalan Media / Scedulling	87
4.3. Pembahasan	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	98
5.2.1. Saran Akademis	99
5.2.2. Saran Praktis	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

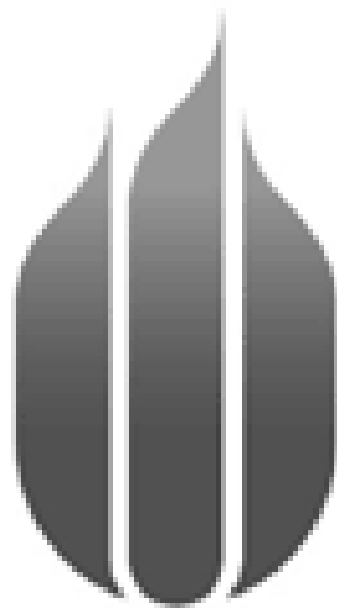
Tabel 2.1. Variabel-variabel Segmentasi Utama dalam Pasar Konsumen	16
Tabel 4.1. Daftar Harga Rumah Perumahan Panorama Serpong.....	64
Tabel 4.2. Lokasi Pemasangan Billboard.....	82
Tabel 4.3. Lokasi Pemasangan Spanduk.....	83
Tabel 4.4. Lokasi Pemasangan Umbul-umbul	85
Tabel 4.5. Lokasi Pemasangan Signboard	86
Tabel 4.6. Lokasi Pemasangan Standing Signage.....	86
Tabel 4.7. Outdoor Media Schedulling & Budgeting	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Lasswell	13
Gambar 2.2. Gambaran dari Proses Perencanaan Media	22
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	61
Gambar 4.2. Titik Pemasangan Spanduk	84

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Transkrip Wawancara
- Lampiran 3. Surat Permohonan Data Skripsi Panorama Serpong
- Lampiran 4. Surat Permohonan Wawancara Dwitama Advertising
- Lampiran 5. Surat Keterangan Panorama Serpong
- Lampiran 6. Surat Keterangan Dwitama Advertising
- Lampiran 7. Brosur Panorama Serpong
- Lampiran 8. Daftar Harga Perumahan Panorama Serpong
- Lampiran 9. Desain-desain Media Luar Ruang Panorama Serpong
- Lampiran 10. Media Luar Ruang yang Digunakan oleh Panorama Serpong
- Lampiran 11. Beberapa Lokasi Penempatan Media Luar Ruang Panorama Serpong
- Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup



UNIVERSITAS
MERCU BUANA