



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. GENCAR
MOGA SAHAJA (HOA) PERIODE 2009**
(Studi Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran HOA Dalam
Mendapatkan Dan Memelihara Pelanggan Periode 2009)

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

AGUSTINUS SUGIYANTO
0430311-039

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Agustinus Sugiyanto
NIM : 0430311-039
Jurusan : Advertising & Marketing Communications
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.GENCAR MOGA ,
SAHAJA (HOA) PERIODE 2009
Studi Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran HOA dalam Mendapatkan
Dan Memelihara Pelanggan periode 2009

Jakarta, Agustus 2010

Mengetahui,

Pembimbing

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



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Agustinus Sugiyanto
NIM : 0430311-039
Jurusan : Advertising & Marketing Communications
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.GENCAR MOGA ,
SAHAJA (HOA) PERIODE 2009
Studi Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran HOA dalam Mendapatkan
Dan Memelihara Pelanggan periode 2009

Jakarta, Agustus 2010

Disetujui dan Diterima Oleh :

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Agustinus Sugiyanto
NIM : 0430311-039
Jurusan : Advertising & Marketing Communications
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.GENCAR
MOGA SAHAJA (HOA) PERIODE 2009
Studi Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran HOA Dalam
Mendapatkan Dan Memelihara Pelanggan Periode 2009

Jakarta, Agustus 2010

Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si



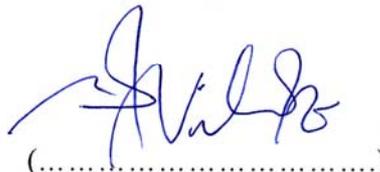
Penguji Ahli

Nama : Drs. Ahmad Mulyana, M.Si



Pembimbing

Nama : SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus atas segala rahmat dan bimbingan-Nya yang telah dianugerahkan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul : “ **Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Gencar Moga Sahaja (HOA) Periode 2009** (*Studi Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran PT.HOA Dalam Mendapatkan Dan Memelihara Pelanggan Periode 2009*) “ dapat terselesaikan. Karya skripsi ini merupakan suatu syarat guna mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tentu saja banyak kekurangannya. Semua ini merupakan proses belajar dari penulis terhadap pembuatan sebuah karya ilmiah. Tetapi berkat bantuan,bimbingan,doa dari banyak pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu S.M Niken Restaty,M.Si sebagai dosen pembimbing atas segala waktu,tenaga yang dicurahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra.Tri Diah Cahyowati,M.Si sebagai Kaprodi *Advertising & Marketing Communications* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta atas bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Manajemen PT.HOA : Mas Afif Malik, Mas Anyo dan rekan-rekan HOA atas waktu dan kesempatan yang diberikan untuk melakukan wawancara dan penelitian di HOA sehingga penulis mendapatkan banyak ilmu untuk menyelesaikan skripsi ini. Terutama buat Mas Afif Malik penulis berterima kasih yang sangat banyak akan bantuan finansialnya disaat penulis mengalami kesulitan keuangan.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta : Bp.Ahmad Mulyana,Ibu Nurprapti, Bp.Riswandi, dan lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, berkat ilmu dari bapak dan ibu semua penulis mendapatkan banyak ilmu baru,teori-teori baru yang semakin memperkaya pengetahuan dari penulis. Mohon maaf atas segala tingkah laku, ucapan yang kurang berkenan selama kegiatan perkuliahan.
5. Seluruh staf Tata Usaha Universitas Mercu Buana Jakarta: Mas Mawi,Pak Sam dan lainnya yang juga tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proses perkuliahan dari awal hingga akhir ini.
6. Manajemen PT.SKS Production : Mas Tommy,Pak Hasan dan teman-teman di SKS : Eva,Riri,Dewi,Oscar,Mas Willy,Daseh,Deni,Omen,Pak Yono,Mas Dian,Mas Iwan,Nunun. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya selama 5 tahun.
7. Manajemen PT.Widya Lestari : Mas Mono,Mas Manto dan teman-teman di Widya Lestari : Agung,Jarko,Budi,Fitri,Mas Yono,Mas Suyud,Iwan,dan masih banyak lagi yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu. Terima kasih buat

keramahannya, terutama Mas Mono penulis juga mengucapkan beribu terima kasih buat bantuan keuangannya.

8. Manajemen PT.Biru *Communications* : Mas Duki,Mba Iis dan teman-teman di Biru: Prapto, Herman, Ferry, Nurham, Ruslan, Wahyu, Fanani, Faizin, Udin terima kasih buat kebersamaannya dengan penulis selama ini.
9. Keluarga penulis tercinta : kedua orang tua penulis dan adikku Giyono terima kasih buat doa,dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan buat kedua orang tua penulis yang sudah bersusah payah membesarkan,merawat dan membiayai sekolah penulis sampai dengan lulus SMA.
10. Keluarga besar Pakdhe Landjar yang juga telah mendukung,mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan terutama atas tempat tinggal penulis di Jakarta selama 12 tahun terakhir ini.
11. Keluarga besar Pakdhe Tardjo atas dukungan,doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
12. Keluarga Mas Kasiman atas ajakannya ke Jakarta waktu itu, sehingga penulis dapat hidup,mencari kerja di Jakarta. Terima kasih atas semangat yang diberikan untuk penulis.
13. Teman-teman satu angkatan 2003 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana: Wanda, Inco, Mina, Saroyo, Mas Bambang, Erin, Catur, Diah, Eka Wijaya dan masih banyak lagi yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala canda,tawa,hinaan selama kegiatan perkuliahan yang penulis ikuti. Dimana kalian sekarang ?

14. Teman-teman di Jirolu *Communications* : Mas Yudhi, Mas Fairy, Mas Pepen, Aji terima kasih atas dukungan, harapan dan doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
15. Saudara-saudara penulis : Pakdhe, budhe, Paklik, bulik yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu terima kasih buat doa, dukungannya. Serta adik, budhe, kakek, nenek serta semua saudara penulis yang sudah mendahului penulis, skripsi ini penulis dedikasikan buat mereka yang sudah meninggal.
16. Pacar tersayang penulis Rosaria Andriani terima kasih buat doa, dukungan, semangat, kejujurannya, kesetiaannya dan kebersamaannya selama 2 tahun ini sehingga penulis mempunyai tambahan tenaga, semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Jakarta, Agustus 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAKSI.....	xii
BAB	
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Signifikansi Penelitian.....	7
1.3.1. Kegunaan Teoritis.....	7
1.3.2. Kegunaan Praktis.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran.....	8
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	11
2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2.4. Elemen-elemen Komunikasi Pemasaran.....	20
2.5. Komunikasi Pemasaran.....	23

2.5.1.	Langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran....	23
2.5.2.	Komunikasi Pemasaran Yang Efektif.....	31
2.6.	Media Luar Ruang.....	32
2.6.1.	Jenis Media Luar Ruang.....	33
2.6.2.	Jenis Papan Reklame.....	37
2.6.3.	Menentukan Lokasi Media Luar Ruang.....	37
2.6.4.	Faktor Pemilihan Media Luar Ruang.....	39
III. METODOLOGI PENELITIAN		
3.1.	Tipe Penelitian.....	42
3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3.	Nara Sumber.....	45
3.4.	Analisis Data.....	47
3.5.	Definisi Konsep.....	47
3.6.	Fokus Penelitian.....	48
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Hasil Penelitian.....	49
4.2.	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1.	Identifikasi Sasaran.....	51
4.2.2.	Menentukan Tujuan komunikasi.....	52
4.2.3.	Merancang Pesan.....	54
4.2.4.	Memilih Saluran Komunikasi.....	55
4.2.5.	Menentukan Anggaran Promosi.....	58
4.2.6.	Menentukan Strategi Bauran Promosi.....	59

4.2.7. Evaluasi Hasil Promosi.....	61
4.3. Pembahasan.....	63
4.3.1. Strategi Komunikasi Pemasaran PT.HOA.....	63
4.3.2. Profesionalisme PT.HOA.....	65
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran-saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Pedoman Wawancara Nara Sumber
- Transkrip Wawancara Nara Sumber
- Surat Keterangan dari PT.Gencar Moga Sahaja
- Struktur Organisasi PT.Gencar Moga Sahaja
- *Company Profile*
- Portofolio

DAFTAR RIWAYAT HIDUP