



**STRATEGI PROMOSI
PT. PELANGI GRAFIKA RANCANGMEDIA
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KLIEN
TAHUN 2009**

*Studi Kasus : Strategi Promosi yang dilakukan oleh PT. Pelangi Grafika
Rancangmedia dalam meningkatkan jumlah klien tahun 2009*

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

(S1)

Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama : Triwanda Nurlaela

NIM : 0430311-045

Jurusan : Marketing Communications & Advertising

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Triwanda Nurlaela
NIM : 0430311-045
Jurusan : Marketing Communications & Advertising
Judul : STRATEGI PROMOSI PT. PELANGI GRAFIKA RANCANGMEDIA
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KLIEN TAHUN 2009
Studi Kasus : Strategi Promosi yang Dilakukan oleh PT. Pelangi Grafika
Rancangmedia Dalam Meningkatkan Jumlah Klien Tahun 2009.

Mengetahui,

Pembimbing I

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



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Triwanda Nurlaela
NIM : 0430311-045
Jurusan : Marketing Communications & Advertising
Judul : STRATEGI PROMOSI PT. PELANGI GRAFIKA
RANCANGMEDIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KLIEN TAHUN 2009
Studi Kasus : Strategi Promosi yang dilakukan oleh PT.Pelangi
Grafika Rancangmedia dalam meningkatkan jumlah klien tahun
2009

Jakarta, Maret 2010

Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si

(.....)

Penguji Ahli

Nama : Utje Usman Slamet, M.Si

(.....)

Pembimbing

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

(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Triwanda Nurlaela
NIM : 0430311-045
Jurusan : Marketing Communications & Advertising
Judul : STRATEGI PROMOSI PT. PELANGI GRAFIKA
RANCANGMEDIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
KLIEN TAHUN 2009
Studi Kasus : Strategi Promosi yang dilakukan oleh PT.Pelangi
Grafika Rancangmedia dalam meningkatkan jumlah klien tahun
2009

Jakarta, Maret 2010

Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati M.Si

Penguji Ahli

Nama : Utje Usman Slamet, M.Si

Pembimbing

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



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Triwanda Nurlaela
NIM : 0430311-045
Jurusan : Marketing Communications & Advertising
Judul : STRATEGI PROMOSI PT. PELANGI GRAFIKA RANCANGMEDIA
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KLIEN TAHUN 2009
Studi Kasus : Strategi Promosi yang dilakukan oleh PT. Pelangi Grafika
Rancangmedia dalam meningkatkan jumlah klien tahun 2009

Jakarta, Maret 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)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya kepada peneliti selama pembuatan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini dilakukan oleh peneliti dalam rangka memenuhi persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan pengarahan, saran, komentar dan solusi dari permulaan hingga akhir penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si Dekan FIKOM Universitas Mercubuana.
3. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si Wakil Dekan FIKOM Universitas Mercubuana.
4. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku ketua sidang dan ketua jurusan Marketing Communication & Advertising FIKOM Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Utje Usman Slamet, M.Si, selaku dosen penguji ahli skripsi.
6. Segenap dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pendidikan selama masa studi peneliti.
7. Mama dan Papa yang selalu memberikan dukungan doa dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
8. Suamiku tercinta Hendry Wijaya yang selalu setia mendampingi penulis selama ini dan selalu membantu penulis baik dalam memberikan saran, kritik, doa maupun semangat dalam penyusunan skripsi ini
9. My Little Angle Nadine Khairani Elmarsya yang telah menjadi semangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Berbagai pihak yang tidak bisa peneliti cantumkan satu per satu.

Dengan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai segala pendapat dan kritik yang bersifat membangun. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi semua pembaca serta memberikan masukan yang positif untuk kedepannya bagi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia dalam promosinya. Akhir kata, peneliti memohon maaf bila terdapat kesalahan selama masa studi maupun penyusunan skripsi ini, baik secara sengaja maupun tidak sengaja.

DAFTAR ISI

Halaman	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah/Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.2 Bauran Pemasaran Jasa.....	9
2.3 Strategi Promosi.....	12
2.4 Analisis SWOT.....	23
2.5 Tujuan Promosi.....	25
2.6 Bauran Promosi.....	26
2.7 Mengevaluasi Hasil Strategi.....	36

BAB III METODOLOGI

3.1 Sifat Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4 Nara Sumber.....	40
3.5 Definisi Konsep.....	41
3.6 Fokus Penelitian.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Visi dan Misi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia.....	44
4.1.2 Ruang Lingkup Usaha.....	44
4.1.3 Produk Yang Dihasilkan PT. Pelangi Grafika Rancangmedia.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis SWOT.....	46
4.2.1.1 Strengths (Kekuatan).....	47
4.2.1.2 Weaknesses (Kelemahan).....	48
4.2.1.3 Opportunities (Peluang).....	49
4.2.1.4 Threats (Ancaman/Hambatan).....	50
4.2.2 Strategi Promosi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia Dalam Menghadapi Persaingan Sejenis.....	51
4.2.3 Tujuan Promosi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia.....	55
4.2.4 Memilih Bauran Promosi.....	57
4.2.4.1 Advertising (Periklanan).....	57

	Halaman
4.2.4.2 Pemasaran Langsung (Direct Marketing).....	59
4.2.4.3 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	60
4.2.4.4 Penjualan Perorangan (Personal Selling).....	62
4.2.4.5 Hubungan Masyarakat (Public Relations).....	63
4.2.5 Kendala-Kendala Yang Dihadapi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia Terhadap Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Klien.....	64
4.3 Pembahasan.....	64
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
 DAFTAR PUSTAKA.....	 80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Model Proses Marketing Dan Promosi.....	22
Tabel 2.2 Summary Of The Key Character Of Tool Marketing Communication	32
Tabel 2.3 Barang Konsumen.....	35
Tabel 2.4 Barang Industri.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Draf Wawancara dengan Nara Sumber Bapak Chairun Nizam
- Lampiran 2 Draf Wawancara dengan Nara Sumber Ibu Yati Irianto
- Lampiran 3 Draf Wawancara dengan Nara Sumber Ibu Diana
- Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Nara Sumber Bapak Chairun Nizam
- Lampiran 5 Hasil Wawancara dengan Nara Sumber Ibu Yati Irianto
- Lampiran 6 Hasil Wawancara dengan Nara Sumber Ibu Diana
- Lampiran 7 Struktur Organisasi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia
- Lampiran 8 Mesin Produksi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia
- Lampiran 9 Company Profile PT. Pelangi Grafika Rancangmedia
- Lampiran 10 Produk Yang Dihasilkan Oleh PT. Pelangi Grafika Rancangmedia
- Lampiran 11 Brosur Promosi Kalender
- Lampiran 12 Sarana Promosi Pada Kendaraan Operasional PT. Pelangi Grafika
Rancangmedia
- Lampiran 13 Sarana Promosi Pada Gedung PT. Pelangi Grafika Rancangmedia.
- Lampiran 14 Surat Keterangan Kegiatan Wawancara