

**PENGUNAAN MEDIA BILLBOARD DAN SPANDUK
SEBAGAI MEDIA PRIMER PT. KAWASAN INDUSTRI JABABEKA.
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA TAHUN 2008**



Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Nama : Yudhi Yuandana
NIM : 44306110021
Jurusan : Marketing Communication and Advertising

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

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Pertama-tama marilah kita panjatkan puji serta syukur kita kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta nikmat yang tidak dapat kita ungkapkan dengan kata-kata, dan berkat rahmatNya penulis akhirnya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan yang ditentukan dan wajib dalam menempu jenjang pendidikan sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, yang ditujukan kepada :

1. Bapak Sugihantoro, S.sos selaku dosen pembimbing, terima kasih atas kesediaan waktu konsultasi dan masukan-masukan yang berharga beserta perhatiannya, sehingga skripsi ini dapat memenuhi syarat untuk kelulusan. Terima kasih atas semua koreksi, motivasi, dan saran selama bimbingan skripsi berlangsung.
2. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati selaku Ketua Jurusan Marketing Communication, terima kasih atas segala kesediaan dan bantuan serta motivasi yang telah diberikan.
3. Dra. Diah Wardhani, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

4. Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, Staf Perpustakaan, dan seluruh keluarga besar Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kemudahan bagi peneliti untuk mengurus segala keperluan selama kuliah sampai akhir.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan doa. Terima kasih atas kasih sayang, cinta dan pengorbanan yang telah diberikan untuk pendidikan saya
7. Kakak dan adikku terima kasih atas bantuan dan dukungannya untuk pendidikan ini.
8. Bapak Manja Allentri selaku Marketing Promotion PT. Kawasan Industri Jababeka Tbk, terima kasih atas waktu dan bantuannya sehingga data skripsi ini dapat terpenuhi
9. Bapak Darma Setiawan selaku Media Planner PT. Plateboard Luthdesindo terima kasih atas waktu dan bantuannya.
10. Dewi Mariah Siregar terima kasih atas dukungan, kasih sayang dan cinta yang selalu diberikan.
11. Teman-teman seperjuangan Marcom angkatan x, Rhenny, Ika, Wiwid, Yuhanina, Dina, Amel, Astri, Putri, Gina, terima kasih atas kebersamaan, persahabatan dan dukungan yang telah diberikan.
12. Semua pihak yang belum disebutkan, yang senantiasa memberikan bantuan bagi kemudahan peneliti, dalam menyelesaikan skripsi ini.

Namun, peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala masukan dan kritikan yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam skripsi ini dan memohon maaf jika ada hal-hal yang kurang berkenan selama proses penyusunan skripsi.

Akhir kata, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Februari 2009

Yudhi Yuandana

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Persetujuan Lulus Sidang Skripsi	ii
Lembar Persetujuan Perbaikan Skripsi	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
BAB I Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Signifikasi Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis	7
1.4.2. Manfaat Praktisi	8
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Periklanan Sebagai Bagian Proses Komunikasi	9
2.2 Segmenting, Targeting, Positioning	10
2.2.1 Segmenting	10
2.2.2 Targeting	12
2.2.3 Positioning	13

2.3	Periklanan	14
2.4	Tujuan Periklanan	16
2.5	Media Periklanan	18
2.6	Perencanaan Media Periklanan	19
2.6.1	Audien Sasaran	19
2.6.2	Tujuan Media	21
2.6.3	Strategi Media	23
2.6.4	Penjadwalan Media	25
2.7	Media Luar Ruang	26
2.8	Media Billboard dan Spanduk	27
2.8.1	Pengertian Media Billboard	27
2.8.1.1	Kekuatan Media Billboard	33
2.8.1.2	Kelemahan Media Billboard	34
2.8.2	Pengertian Media Spanduk	35
2.8.2.1	Kekuatan Media Spanduk	37
2.8.2.2	Kelemahan Media Spanduk	38
2.9	Efektivitas Penggunaan Media	39
BAB III Metodologi Penelitian		
3.1	Sifat Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian	42
3.3	Teknik Penentuan Nara Sumber	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Teknik Analisa Data	45
3.6	Triangulasi	45

3.6	Definisi Konsep	46
-----	-----------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Sejarah PT. Kawasan Industri Jababeka. Tbk	48
4.1.1	Gambaran Umum	48
4.1.2	Visi	49
4.1.3	Misi	50
4.1.4	Bagan Struktur Organisasi	50
4.2	Hasil Penelitian	50
4.2.1	Segmenting, Targeting, Positioning	51
4.2.1.1	Segmenting	51
4.2.1.2	Targeting	52
4.2.1.3	Positioning	52
4.2.2	Target Audien	53
4.2.3	Tujuan Media	54
4.2.4	Strategi Media	60
4.2.5	Penjadwalan Media	72
4.2.6	Efektifitas Penggunaan Media	74
4.3	Pembahasan	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran	108
5.2.1	Akademis	108
5.2.2	Praktis	108

Daftar Pustaka

Lampiran