



Strategi Promosi Sony Indonesia untuk Produk Kamera Digital Alpha 550 pada tahun 2009

S K R I P S I

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh:

**VICTOR NICHOLAS SITORUS
04303-111**

**Marketing Communication And Advertising
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta
2010**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jurusan Marketing Communication

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Victor Nicholas Sitorus
Nim : 04303-111
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication And Advertising
Judul Skripsi : **Strategi promosi Sony Indonesia untuk produk Kamera Digital Alpha 550 pada tahun 2009**

Mengetahui,
Pembimbing

(Dra. Nurprapti W. Widyastuti., M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jurusan Marketing Communication

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Victor Nicholas Sitorus
Nim : 04303-111
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Periklanan
Judul Skripsi : **Strategi promosi Sony Indonesia untuk produk Kamera Digital Alpha 550 pada tahun 2009**

Jakarta, 22 Pebruari 2010

1. Ketua Sidang

Nama: (Dra. Tri Dian Cahyowati, M.Si)

2. Penguji Ahli

Nama: (Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si)

3. Pembimbing

Nama: (Dra. Nurprapti W. Widyastuti, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jurusan Marketing Communication

LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Nama : Victor Nicholas Sitorus
Nim : 04303-111
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Periklanan
Judul Skripsi : **Strategi promosi Sony Indonesia untuk produk Kamera Digital Alpha 550 pada tahun 2009**

Jakarta, 23 Pebruari 2010

Disetujui dan Diterima oleh:

Pembimbing

(Dra. Nurprapti W. Widyastuti, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fikom

(Ibu Dra, Diah Wardani, M.Si)

Ketua Program Studi

(Dra. Tri Dian Cahyowati, M.Si)

Kata pengantar

Puji sukur kepada Allah Tri Tunggal, Bapa, Putera dan Roh Kudus, dan Bunda Maria di surga atas Rahmat dan Berkah yang diberikan kepada saya, sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “STRATEGI PROMOSI SONY INDONESIA UNTUK PRODUK KAMERA DIGITAL ALPHA 550 PADA TAHUN 2009”

Skripsi ini saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan mahasiswa untuk menyelesaikan Studi Sastra 1 Ilmu Komunikasi, Program Studi Advertising & Marketing Communication. Dimana sebagai syarat penunjang untuk tugas akhir perkuliahan. Dengan segala keterbatasan yang ada dan dengan segala kerendahan hati, saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, namun saya terus mencoba untuk memperbaiki skripsi ini dan melalui segala cobaan dan rintangan yang ada, maka inilah hasil dari proses menuju masa depan. Dan saya berharap, semoga skripsi ini dapat berguna bagi saya sendiri dan orang lain.

Adapun proses yang saya lalui tentunya tidak luput dari bantuan dan jasa dari berbagai pihak – pihak terkait yang sangat berjasa dalam tersusunnya skripsi ini. Dimana tanpa bantuan mereka, saya belum tentu bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini saya ingin berterimakasih yang sebesar – besarnya kepada orang – orang yang berjasa didalam pembuatan skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Dra. Nurprapti Wahyu Widyastuti, M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu membantu saya dan memberikan masukan –

masukan dan pengarahannya serta meluangkan waktunya selama ini untuk berkonsultasi

2. Kepada Kedua orang tuaku tercinta, terimakasih tak terhingga kepada Papa dan Mama yang terus mengingatkan dan memberikan dukungan dan doa kepada saya selama ini. Skripsi saya persembahkan untuk kalian berdua.
3. Kepada Istriku tercinta, Chatarina Bima Sulistyaningtyas, dan anak – anak ku tercinta Patricia, Daniel dan Allesandra, terimakasih atas semangat dan cinta yang kalian berikan sehingga saya selalu berusaha keras untuk menyelesaikan skripsi ini, skripsi ini juga saya persembahkan buat kalian
4. Kepada Almarhumah Putri sulung ku Livia dan Almarhumah Opung Boru yang saya yakin berada di kerajaan surga, terimakasih saya ucapkan, karena saya percaya bahwa kalian juga membantu saya dari sana. Dan kepada Opung Boru, saya mohon maaf sebesar besarnya, karena saya tidak mampu menyelesaikan skripsi ini sewaktu Opung masih hidup.
5. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si, selaku Penguji Ahli yang bersedia meluangkan waktunya menguji skripsi saya dalam sidang akhir, dan juga yang memberikan masukan – masukan sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik
6. Ibu Dra. Tri Dian Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Sidang Akhir dan juga Ketua Jurusan Periklanan.

7. Bapak Drs Ahmad Mulyana, M.Si, selaku dosen Pembimbing Akademik yang selalu menerima saya dan memberikan saran dan kritik kepada saya
8. Ibu S.M Niken Restati, S.Sos, M.Si, selaku Sekertaris Ketua Jurusan Periklanan.
9. Ibu Dra, Diah Wardani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
10. Kepada seluruh pihak Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi dan seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuannya selama ini. Serta Staff Tata Usaha dan Laboran, terimakasih atas bantuannya mengenai surat menyurat, dan peminjaman alat-alat presentasi.
11. Bapak Danu Sagoro sebagai *Product Marketing AMC category, Marketing Division* SONY Indonesia, terimakasih atas kesediaannya menjadi nara sumber yang telah memberikan peluang dan waktu bagi saya untuk melakukan wawancara dan pemberian data data dalam penelitian skripsi ini
12. Mbak Irene Erlyska sebagai *Senior Digital Project Manager*, agency digital yang digunakan PT. Sony Indonesia, terimakasih atas kesediaannya untuk menjadi nara sumber dan kesediaaan waktunya untuk diwawancarai baik secara langsung dan tidak langsung (lisan dan tulisan)

13. Mas Yanuar Abidin, sebagai salah satu photographer Profesional yang juga bersedia menjadi nara sumber dalam penelitian ini
14. Mas R.B Isworo selaku Co- Administrator website Photography terbesar di Asia Tenggara www.fotografer.net, juga sebagai pengguna setia Sony Alpha, yang bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi nara sumber dalam penelitian skripsi ini.
15. Kepada Temanku Febri, yang selalu memberi semangat dan dan memberikan masukan masukan yang sangat membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini
16. Kepada Sahabat-sahabat terbaik ku, Adam, Didit, Dian, terimakasih atas dukungannya, puji sukur saya ucapkan kepada Tuhan yang telah menganugerahi saya sahabat sahabat yang baik dan selalu mendukung saya selama ini
17. Kepada teman teman di komunitas Fotografer.net. diantaranya Marcellino a.k.a Paidjo yang berada di Belanda, terimakasih saya ucapkan atas bantuannya, sehingga saya bisa mendapatkan buku-buku teori – teori komunikasi, pemasaran dsbnya melalui internet. Dan juga seluruh rekan rekan lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungannya
18. Kepada Teman teman di Kelas Pagi Anton Ismael, yang mengerti keadaan saya sehingga saya tidak bisa hadir di pertemuan selama proses pembuatan dan penyelesaian skripsi ini dan tetap memberikan informasi informasi agar saya tidak ketinggalan

19. Bapak Erman Suparno, yang kembali membuat saya semangat ketika saya diundang untuk mengikuti sidang disertasinya, sehingga saya kembali termotivasi untuk meneruskan skripsi saya yang telah lama tertunda
20. Kepada Darwis Triadi, Ayangkalake, dan Anton Ismael yang memberikan ilmu photographynya kepada saya, sehingga saya banyak mengerti mengenai photography dan dapat digunakan pada penelitian skripsi ini
21. Kepada teman teman ku , Pak Heri dan Pak Bowo yang sudah lulus terlebih dahulu, terimakasih atas wejangan wejangan dan pemberian semangatnya kepada saya, dan mendorong saya terus untuk berusaha menyelesaikan skripsi ini
22. Kepada Teman seangkatan saya, Sumo, terimakasih atas bantuannya, semoga bisa cepat selesai juga skripsinya dan lulus secepatnya
23. Kepada teman teman lainnya dan saudara saudara ku yang tidak bisa disebut satu persatu, terimakasih atas dukungan dan bantuannya
24. Dan juga kepada semua pihak yang luput saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya selama pembuatan skripsi ini.

Semoga Tuhan membalas segala budi dan kebaikan kalian semua yang telah membantu saya selama ini. Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu saya mengharapkan kritik dan saran yang

membangun dari semua pihak. Dan semoga semuanya ini bisa menjadi inspirasi dan bergna bagi kehidupan kita bersama. Terimakasih

Jakarta, Februari 2010

penulis

Victor Nicholas Sitorus

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	x
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Komunikasi sebagai elemen inti Pemasaran.....	9
2.2 Promosi Sebagai Elemen Bauran Komunikasi Pemasaran ...	12
2.3 Analisa SWOT	15
2.4 Analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning)	17
2.4.1 Segmentasi	17
2.4.2. Targeting	19
2.4.3 <i>Positioning</i>	22
2.5 Strategi Promosi.....	25
2.6 Bauran Promosi.....	27
2.6.1 Periklanan (<i>Advertising</i>).....	29
2.6.2 Promosi Penjualan (<i>Sates Promotion</i>)	31

2.6.3	Publisitas/Hubungan Masyarakat (<i>Publicity /Public Relations</i>)	32
2.6.4	Penjualan Pribadi (<i>Personal Selling</i>)	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1.	Sifat penelitian	36
3.2.	Metode Penelitian.....	37
3.3.	Penentuan Nara Sumber.....	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.	Definisi Konsep.....	39
3.6.	Fokus Penelitian.....	39
3.7.	Teknik Analisis Data.....	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN		
4.1	Objek Penelitian	41
4.1.1	Gambaran Tentang PT. Sony Indonesia	41
4.1.2	Alpha 550.....	43
4.2	Hasil Penelitian	43
4.2.1	Landasan Penetapan Strategi Promosi PT. Sony Indonesia	43
4.2.1.1	Analisis SWOT	44
4.2.1.2	Segmentasi	49
4.2.1.3	Targeting	50
4.2.1.4	Positioning	52
4.3	Strategi Promosi PT. Sony Indonesia	53
4.4	Menentukan Tujuan Promosi	58
4.5	Memilih bauran Promosi.....	58
4.6	Pembahasan.....	64

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan.....73

5.2 Saran..... 74

DAFTARPUSTAKA76

LAMPIRAN.....78

CURRICULUM VITAE.....84