



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TISSUE TESSA
DI PT. GRAHA KERINDO UTAMA
JAKARTA**



SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh,

Mei Wahyudi

NIM : 0430311-017

Marketing Komunikasi dan Periklanan
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta
2006



MERCU BUANA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN

TISSUE TESSA

DI PT. GRAHA KERINDO UTAMA

JAKARTA

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh,

Mei Wahyudi

NIM : 0430311-017

Marketing Komunikasi dan Periklanan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

Jakarta

2006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mei Wahyudi
N I M : 0430311-017
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan
Judul Skripsi : **Strategi komunikasi pemasaran tissue Tessa di
PT. Graha Kerindo Utama Jakarta**



Mengetahui,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing I

(Drs. Akhmad Mulyana, M.si.)

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Mei Wahyudi
N I M : 0430311-017
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan
Judul Skripsi : **Strategi komunikasi pemasaran tissue Tessa di
PT. Graha Kerindo Utama Jakarta**



Jakarta, 27 Maret 2006

1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Agustina Zubair M.Si. (.....)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

2. Penguji Ahli

Nama : Drs. Hardiyanto Jatmiko (.....)

3. Pembimbing I

Nama : Drs. Akhmad Mulyana, M.si. (.....)

PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Nama : Mei Wahyudi
N I M : 0430311-017
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan
Judul Skripsi : **Strategi komunikasi pemasaran tissue Tessa di
PT. Graha Kerindo Utama Jakarta**

Jakarta, 10 April 2006

Disetujui dan Diterima oleh :

Pembimbing I

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Drs. Akhmad Mulyana, M.si.)

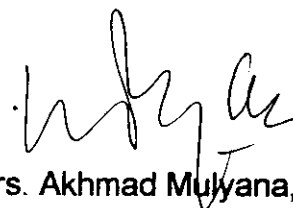
Mengetahui,

Dekan Fikom



(Dra. Diah Wardhani, M.si.)

Ketua Bidang Studi



(Drs. Akhmad Mulyana, M.si.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang atas rahmat dan karunia-Nya Akhirnya penulis menyelesaikan skripsi dengan judul, "Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Graha Kerindo Utama". Mulai perencanaan sampai dengan penyelesaian skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan-bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu izinkanlah dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dra. Diah Wardhani, M.si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak Drs. Akhmad Mulyana, Msi, selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua Orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa restu, baik moral maupun material selama ini, juga kakak-kakak dan adikku, terima kasih atas semua dukungannya.
4. Yang tersayang Nila Sarinah atas semua doa, dukungan, saran dan bantuan yang telah diberikan (i LoVe yOu So MuCh..)....!!!
5. Seluruh staf pengajar dan tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. PT. Graha Kerindo Utama Yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian
7. Bp. Ir. Bambang D. Setiawan selaku Manajer Marketing dan Promosi, PT. Graha Kerindo Utama Bp. Dadit S.Priyadi S.E. Nasional Sales Manajer

yang telah sudi merelakan waktunya untuk diwawancarai dan seluruh staff
PT. Graha Kerindo Utama

8. Yang terhormat Ibu Ir. Rinanti Agnes A. atas semua dorongannya.
9. Rekan-rekan mahasiswa PKSM Universitas Mercu Buana angkatan 2003
yang telah membantu moril maupun sumbang sarannya :Awal, Roni,
Apollas, Ithink, Bagus, Ricky, Adi” Muka Bego”, Nita, Olla, Asti, Rine, Leni
Amir dan tak lupa dengan Vicky ”Rames” Hendrizal (You’re The Best!),
Kinkin ”Omes” kinzidane (You’re Best to !)
9. Serta semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun
tidak langsung.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan Rahmat dan
Karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan
tersebut di atas. Skripsi ini tentu saja masih jauh dari sempurna sehingga
penulis dengan senang hati menerima kritik demi perbaikan. Kepada peneliti lain
mungkin masih bisa mengembangkan hasil penelitian ini pada ruang lingkup
yang lebih luas dan analisis yang lebih tajam. Semoga skripsi ini dapat
memberikan manfaat bagi semua pihak.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, April 2006

Mei Wahyudi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAKSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan masalah.....	3
1.3. Tujuan penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
 BAB II . KERANGKA PEMIKIRAN	 6
2.1. Komunikasi Pemasaran Terpadu	6
2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	10
2.3. Analisa 4P.....	12
2.3.1. P r o d u k	12
2.3.2. Price	20
2.3.3. Place.....	23
2.3.4. Promotion.....	25
2.4. Strategi Pemasaran.....	26

2.4.1. Segmentasi Pasar.....	30
2.4.2. Pola Segmentasi Pasar	34
2.4.3. Tujuan Komunikasi Pemasaran	35
2.5. Menentukan Bauran Promosi	35
2.5.1. Alat-alat Promosi	36
2.5.2. Faktor-faktor dalam menyusun bauran promosi.....	46
2.6. Implementasi Strategi Komunikasi	49
2.6.1. Evaluasi dan Kontrol Strategis.....	50
BAB III. METODOLOGI	51
3.1. Jenis dan sifat penelitian	51
3.2. Metode Penelitian	52
3.3. Definisi Konsep.....	53
3.4. Metode Pengumpulan Data	54
3.5. Narasumber/key informan	55
3.6. Fokus Penelitian	56
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Sekilas PT Graha Kerindo Utama.....	57
4.2. Jenis Produk Dan Strategi Penjualan Yang Dilakukan PT Graha Kerindo Utama.....	60
4.3. Hasil Penelitian.....	64
4.3.1. Analisa Faktor Kunci.....	64
4.3.2. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran	70
4.3.3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	72
4.3.4. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	73

4.4. Pembahasan.....	98
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Saran-saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.....	Model Komunikasi Harold D. Laswell.....	8
Gambar 2.....	Struktur Organisasi PT. Graha Kerindo Utama.....	59
Gambar 3.....	Cara mendisplay Tissue Tessa di keranjang asongan	60
Gambar 4.	Kegiatan kunjungan dan pembagian hadiah ke pedagang asongan pasar Jatinegara yang dilakukan staff pemasaran PT. Graha Kerindo Utama	62
Gambar 5.....	Spanduk dan POP tissue Tessa untuk menarik pengunjung di Stand Pameran Stadion Gelora BungKarno.....	78
Gambar 6.....	Iklan balon udara tissue Tessa menyambut bulan puasa di halaman Mal Taman Anggrek.....	79
Gambar 7.....	Iklan balon Udara tissue Tessa menyambut bulan puasa di halaman ITC Cempaka mas	79
Gambar 8.....	Kegiatan Promosi penjualan pedagang asongan pasar senen oleh staff marketing PT. Graha Kerindo Utama.....	88
Gambar 9.....	Kegiatan Promosi penjualan grosir pasar pagi oleh staff marketing PT. Graha Kerindo Utama.....	88
Gambar 10.....	Kegiatan Promosi Penjualan Srtach & Win tissue Tessa di Carrefour Ambassador, dan Puri Indah.....	90
Gambar 11.....	Kegiatan Promosi Penjualan Scratch & Win tissue Tessa di Carrefour Cempaka Putih.....	90
Gambar 12.....	Leaflet Kegiatan Promosi Penjualan Scratch and Win tissue Tessa di Carrefour	91
Gambar 13.....	Kegiatan Promosi Partisipasi pada Leaflet di Naga Swalayan.....	92

Gambar 14.....	Kegiatan Promosi Partisipasi pada Leaflet Program Holiday & back to school di Diamond Supermarket.....	92
Gambar 15.....	Kegiatan Promosi Partisipasi pada Leaflet di Hari-Hari Swalayan.....	93
Gambar 16.....	Kegiatan Promosi Partisipasi pada Leaflet di SOHO Mini Market.....	93
Gambar 17.....	Acara makan bersama staff marketing dan penjualan di Marinara Restaurant Jakarta	95
Gambar 18.....	Kegiatan penjualan tatap muka tissue Tessa di Stand pameran Balai Sidang Jakarta	96
Gambar 19.....	Stand Pameran tissue Tessa di Balai Sidang Sidang Jakarta.....	97

