



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DJHON FILM DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN TAHUN 2015**

(STUDI KASUS PADA DJHON FILM)

**SKRIPSI**

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

UNIVERSITAS  
Disusun oleh :  
**MERCU BUANA**  
**SHANDY NURYADI**

**44312110123**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2016**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DJHON  
FILM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
TAHUN 2015**

Nama : Shandy Nuryadi  
NIM : 44312110123  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 13 Februari 2016

MENGETAHUI  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Pembimbing

(Drs. Dadan Iskandar M.Si)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DJHON  
FILM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
TAHUN 2015**

Nama : Shandy Nuryadi  
NIM : 44312110123  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

Jakarta, 13 Februari 2016

Ketua Sidang,  
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

Penguji Ahli  
SM. Niken Restaty, M.Si

(.....)

Pembimbing  
Drs. Dadan Iskandar, M.Si )

(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DJHON  
FILM DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN  
TAHUN 2015**

Nama : Shandy Nuryadi  
NIM : 44312110123  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communication And Advertising

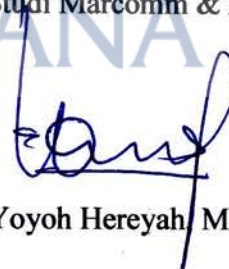
Jakarta, 13 Februari 2016

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising



(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia – Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dan mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bidang studi Advertising dan Marketing Communication pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis memperoleh banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini, oleh karenanya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dadan Iskandar.M.S.i selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai harganya bagi penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Niman Syafari selaku Top Rigger dan Fahri Anugrah selaku General Manager dari Djhon Film yang telah meluangkan waktunya sebagai informan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Universitas Mercu Buana.
4. SM Niken Restaty, M.Si. selaku penguji ahli atas waktu, kritik dan sarannya.

5. Ibunda Nurwati dan Ayahanda S.Djulyadi yang selalu memberikan dukungan serta doanya yang tak henti-henti.
6. Calon istriku Selvia yang mendukung penuh segala yang baik yang aku lakukan.
7. Segenap dosen pengajar program studi Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Mercu Buana memberikan bekal ilmu semasa perkuliahan.
8. Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Namun sebagai manusia biasa, Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulis dimasa yang akan datang.

Akhir kata, semoga penulisan Skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang berminat pada dunia periklanan umumnya dan segala yang tertulis didalamnya dapat diambil pelajaran dan hikmahnya. Terima kasih.

Jakarta, 13 Februari 2016

Shandy Nuryadi

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
<b>BAB I            PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	7
1.3. Identifikasi Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II            TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.1. Bauran Pemasaran Jasa.....	10
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.1. Bauran Promosi.....	18
2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	34
2.3.1. Analisis Faktor Kunci.....	36
2.3.2. Tujuan Promosi.....	37
2.3.3. Segmentasi, Targeting dan Positioning (STP).....	39
2.3.4. Biaya Komunikasi.....	44
2.3.5. Riset dan Evaluasi.....	45
2.4. Analisa SWOT.....	46



<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1.	Paradigma Penelitian.....	50
3.2.	Tipe Penelitian.....	50
3.3.	Metode Penelitian.....	51
3.4.	Subjek Penelitian.....	54
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6.	Teknik Analisis Data.....	55
3.7.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	56
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.1.	Sejarah Pendirian Djhon Film.....	58
4.1.2.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	60
4.1.3.	Visi dan Misi Djhon Film.....	62
4.1.4.	Fitur Layanan Jasa Djhon Film.....	63
4.2.	Hasil Penelitian.....	67
4.2.1.	Analisis Faktor Kunci Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran (Analisis Situasi dan Analisis SWOT).....	68
4.2.2.	Penetapan Sasaran Aktivitas Digital Marketing (Segmenting, Targeting dan Positioning).....	84
4.2.3.	Pelaksanaan Digital Marketing.....	88
4.3.	Pembahasan.....	109
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1.	Kesimpulan.....	111
5.2.	Saran.....	112
	DAFTAR PUSTAKA.....	113
	LAMPIRAN.....	115
	CURRICULUM VITAE.....	122