



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *DIRECT*
MARKETING PALM HILL GOLF CLUB DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG**

TESIS

RAMADANA KARMILA

55210120089

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIRECT
MARKETING PALM HILL GOLF CLUB DALAM
MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

RAMADANA KARMILA

55210120089

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

2016



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Direct Marketing Palm Hill
Golf Club Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung
2. Nama : Ramadana Karmila
3. NIM : 55210120089
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 25 Februari 2016

Jakarta, 11 Maret 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Achmad Jamil, M.Si

(.....)

3. Pembimbing I
Dr. Henni Gusfa, M.Si

(.....)


LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Direct Marketing Palm Hill
Golf Club Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung
2. Nama : Ramadana Karmila
3. NIM : 55210120089
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 11 Maret 2016

Jakarta, 11 Maret 2016


Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh , M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Achmad Jamil, M.Si



(.....)

3. Pembimbing I
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Direct Marketing
Palm Hill Golf Club Dalam Meningkatkan Minat
Pengunjung

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah

Nama : Ramadana Karnila

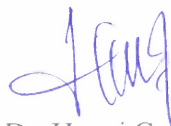
Nim : 55210120089

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 11 Maret 2016

Mengesahkan

Pembimbing Utama



Dr. Henni Gusfa, M.Si

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Direct Marketing
Palm Hill Golf Club Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Ramadana Karmila

NIM : 55210120089

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 11 Maret 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 11 Maret 2016

METERAI
TEMPEL
E28CFADF427937224
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Ramadana Karmila

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister Komunikasi pada Program Pasca sarjana Magister Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa masih belum sempurna dalam penulisan, maupun penelitiannya. Penulis menghadapi kendala, keterbatasan kemampuan dan waktu. Namun penulis tetap berusaha semaksimal mungkin dengan bekal pengetahuan yang penulis peroleh dari bangku perkuliahan, pekerjaan dan hasil dari penelitian penulis, serta berkat bimbingan, bantuan dan dorongan dari banyak pihak dalam menyelesaikan tugas ini.

Pada kesempatan ini, penulis bermaksud menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak atas bantuannya sehingga terselesaikannya penyusunan tesis ini kepada:

1. Dr. Henni Gusfa M.Si, selaku pembimbing tunggal dalam penyusunan tesis ini. Terima kasih atas bimbingan, masukan dan arahnya.
2. Dr. Nur Kholisoh M.Si selaku ketua sidang tesis dan Dr. Achmad Jamil M.Si selaku dosen penguji tesis.
3. Mama, orang tua yang saya sayangi yang selalu sabar dan penuh kasih sayang dalam memberikan motivasi serta doanya sepanjang waktu untuk keberhasilan studi penulis.
4. Erlangga Kurniawan, SH, suami tercinta yang tidak henti memberikan doa, motivasi dan semangat dengan penuh kesabaran.
5. Aldric Zhafran Kurniawan, anak tercinta yang menjadi motivasi dalam menyelesaikan studi ini.
6. Adik, Yuno Prajaka yang selalu siap memberikan dukungan dan semangat.

7. Ibu dan bapak mertua, serta adik-adik ipar yang selalu memberikan dukungan.
8. Bapak Bagus selaku *General Manager* Lapangan Golf Palm Hill yang sudah meluangkan waktunya dalam memberikan data dan informasi yang saya butuhkan untuk penelitian ini.
9. Ibu Leni selaku *Sales and Marketing Senior* dan Bapak Prambono selaku *Assistant General Manager* lapangan Palm Hill Golf Club, yang membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi selama melakukan penelitian.
10. Sahabat-sahabat saya ketika menimba ilmu di Universitas Mercu Buana, khususnya angkatan 10 MKOM Pascasarjana Ilmu Komunikasi, rekan-rekan Tata Usaha Pascasarjana Komunikasi dan rekan-rekan perpustakaan Universitas Mercu Buana.
11. Semua pihak yang mungkin saya khilaf tidak menyebutkannya.

Semoga Allah selalu melimpahkan karunia dan rahmat-Nya atas segala bantuan serta dukungan yang telah diberikan. Semoga penulisan tesis ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya, khususnya yang berkaitan dengan *Corporate Marketing Communication*, serta bidang komunikasi pada umumnya.

Jakarta, Maret 2016

Ramadana Karmila

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
 UNIVERSITAS MERCU BUANA	
BAB I	PENDAHULUAN
1.1	Latar Belakang Penelitian..... 1
1.2	Rumusan dan Identifikasi Masalah
1.2.1	Identifikasi Masalah..... 9
1.2.2	Rumusan Masalah..... 9
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian
1.3.1	Maksud Penelitian..... 10
1.3.2	Tujuan Penelitian..... 10
1.4	Manfaat Penelitian
1.4.1	Manfaat Akademis..... 11

	1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II	KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1	Kajian Pustaka	
	2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2	Kerangka Pemikiran	
	2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
	2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	24
	2.2.3 <i>Direct Marketing</i>	26
	2.2.3.1 Bentuk-bentuk <i>Direct Marketing</i>	31
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Objek Penelitian.....	34
3.2	Paradigma Penelitian.....	35
3.3	Metode Penelitian.....	36
3.4	Key Informan.....	39
3.5	Tehnik Pengumpulan Data	
	3.5.1 Data Primer.....	41
	3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6	Tehnik Analisa Data.....	42
3.7	Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	43

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	
4.1.1	Profil Lapangan Golf Palm Hill Golf Club.....	45
4.1.2	Visi, Misi dan Motto Lapangan Palm Hill.....	47
4.1.3	Pelayanan Fasilitas Palm Hill Golf Club.....	47
4.1.4	Struktur Organisasi.....	49
4.1.5	Uraian Tugas Dalam Organisasi.....	50
4.2	Hasil Penelitian.....	54
4.3	Pembahasan	
4.3.1	Strategi Direct Marketing Palm Hill.....	69
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran	
5.2.1	Saran Akademis.....	73
5.2.2	Saran Praktis.....	74
	DAFTAR PUSTAKA.....	75
	PEDOMAN WAWANCARA.....	79

LAMPIRAN WAWANCARA I.....	81
LAMPIRAN WAWANCARA II.....	87
LAMPIRAN WAWANCARA III.....	92

