



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
SMARTPHONE APPLE**

(Studi Kasus Pada Iklan Luar Ruang Iphone6)

TESIS

Nama : Sigit Rachmanto

NIM : 55212120088

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
SMARTPHONE APPLE**

(Studi Kasus Pada Iklan Luar Ruang Iphone6)

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

Nama : Sigit Rachmanto

NIM : 55212120088

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCA SARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2016



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Smartphone
Apple (Studi Kasus Pada Iklan Luar Ruang iPhone 6)
2. Nama : Sigit Rachmanto
3. NIM : 55212120088
4. Jenjang Pendidikan : Strata dua (S-2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Komunikasi
7. Tanggal : 23 Januari 2016

Jakarta, 23 Januari 2016

Mengetahui,

1. Penguji Ahli

Dr. Heri Budianto, M.si

2. Ketua Sidang

Dr. Ahmad Mulyana, M.si

3. Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Smartphone
Apple (Studi Kasus Pada Iklan Luar Ruang iPhone 6)
2. Nama : Sigit Rachmanto
3. NIM : 55212120088
4. Jenjang Pendidikan : Strata dua (S-2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Komunikasi
7. Tanggal : 23 Januari 2016

Jakarta, 23 Januari 2016

Mengetahui,

1. Penguji Ahli

Dr. Heri Budianto, M.si

(.....)

2. Ketua Sidang

Dr. Ahmad Mulyana, M.si

(.....)

3. Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.si

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Smartphone
Apple (Studi Kasus Pada Iklan Luar Ruang iPhone 6)
2. Nama : Sigit Rachmanto
3. NIM : 55212120088
4. Jenjang Pendidikan : Strata dua (S-2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Marketing Komunikasi
7. Tanggal : Januari 2016

Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.si

Direktur Pasca sarjana

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 *Smartphone* Apple
(Studi Kasus Pada Iklan Luar Ruang iPhone 6)”

Bentuk Tesis : Kualitatif

Nama : Sigit Rachmanto

NIM : 55212120088

Program : Magister Komunikasi

Tanggal : 22 Januari 2016

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

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

Jakarta, 22 Januari 2016



Sigit Rachmanto

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala karunia dan ridho-NYA, sehingga tesis dengan judul “Makna Pesan di Balik Strategi Komunikasi Pemasaran *Smartphone* Apple (Studi Kasus Pada Iklan Luar Ruang iPhone 6) ini dapat diselesaikan.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjan Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian tesis ini. Secara khusus pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ketua program studi Pascasarjana Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana Sekaligus Dosen Pembimbing : Ibu Dr. Nur Kholisoh, M.Si. atas bimbingan, arahan dan waktu yang telah diluangkan kepada penulis untuk berdiskusi selama menjadi dosen pembimbing dan perkuliahan.
2. Seluruh Dosen program Pascasarja Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan dan bimbingannya.

3. Seluruh staff administrasi program Pascasarja Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis dalam hal-hal yang berkenaan dengan administratif.
4. Kedua orang tua penulis, ayahanda Suyono dan Ibunda Lusia Sarmini, Kakak saya Denny R.S, Kakak Ipar saya Mba Tari dan Adik saya Wuryanto.R serta dua keponakan penulis Adith dan Dinda yang lucu atas segala dukungan dan doanya selama penulis belajar menyelesaikan studi di Program Magister Komunikasi Universitas Mercubuana.
5. Anak penulis yang bernama Nafasya Quennsha Rahma, yang selalu memberikan kebahagiaan dan keceriaan selama penulis menyelesaikan studi di Program Magister Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Calon istri penulis, yang selalu memberikan dukungan dan support selama penulis menyelesaikan tesis ini.
7. Rekan-rekan Program Magister Komunikasi Universitas Mercubuana angkatan 2012, khususnya : (Alm) Rudi, Bang Carry, Pak Gunadi, Bang Sule, Nda Waluyo, Theng In Yen, Nuqo, Rommy, Fahmi, Dhani, Wulan.
8. Kantor Majalah GATRA, lokasi tempat penulis menyelesaikan Tesis.
9. Kepada semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan keterbatasan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar benar benar bermanfaat. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai

masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap tesis ini memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang kajian ilmu komunikasi

Jakarta, 22 Januari 2016

Sigit Rachmanto



DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG.....	iii
LEMBAR PERBAIKAN TESIS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9

BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	20
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	23

2.3 Iklan	28
2.3.1 Tujuan Iklan	30
2.3.2 Kreativitas Iklan	31
2.3.3 Bahasa Simbolik Iklan	32
2.3.4 Strategi Iklan	36
2.4 Iklan Luar Ruang.....	48
2.4.1 Sifat Iklan Luar Ruang	51
2.5 Strategi Kreati Iklan.....	51
2.6 Kerangka Pemikiran	55

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian/Pengkajian Akademi.....	57
3.2 Paradigma Penelitian	57
3.3 Metode Penelitian	58
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	59
3.5 Tehnik Analisis Data	59
3.6 Tehnik Analisis Keabsahan Data	59

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Sejarah Perkembangan Apple.Inc.....	61
4.1.2 Creative Communication Agency Apple di Indonesia	72
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	73
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Iklan Luar Ruang iPhone 6	74
4.2.2 Strategi Apple Dalam Mengemas Pesan Pada Iklan Luar Ruang iPhone 6	82
4.2.3 Iklan Luar iPhone 6 Dalam Menciptakan Pemahaman Konsumen	88

BAB V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran	102