



**STRATEGI PROMOSI "EVENT CITRA SCHOOLYMPIC"
TAHUN 2012**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

PUJI ASTUTI

44308110045

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Promosi “Event Citra Schoolympic” Tahun 2012
Nama : Puji Astuti
NIM : 44308110045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication dan Advertising

MERCU BUANA

Jakarta, 06 September 2015

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

(Sugihantoro., S.Sos, M.IKom)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Strategi Promosi “Event Citra Schoolympic” Tahun 2012
Nama : Puji Astuti
NIM : 44308110045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication dan Advertising

Jakarta, 06 September 2015

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Pembimbing I

(Sugihantoro., S.Sos, M.IKom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair M.,Si.)

Ketua Bidang Studi Marcomm

(Dr. Yoyoh Hereyah M.,Si)

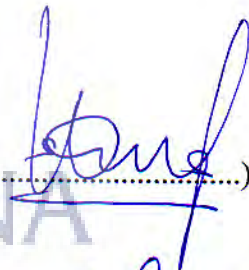
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Strategi Promosi "Event Citra Schoolympic" Tahun 2012
Nama : Puji Astuti
NIM : 44308110045
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication dan Advertising

Jakarta, 06 September 2015

Ketua Sidang

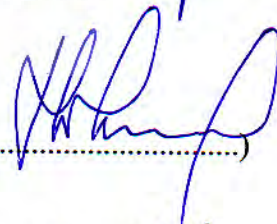
Dr. Yoyoh Hereyah M.,Si.



(.....)

Penguji Ahli

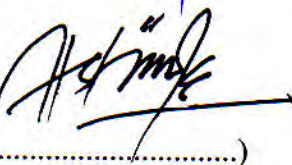
Morissan., MA.



(.....)

Pembimbing I

Sugihantoro., S.Sos, M.Ikom



(.....)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirobbil'alamin, penulis panjatkan Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, Rahmat, Hidayah dan Petunjuk serta kekuatan yang diberikan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication and Advertising, Universitas Mercubuana Jakarta.

Adapun Skripsi ini dengan judul “ **Strategi Promosi Event Citra Schoolympic Tahun 2012**”. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini tentumasih jauh dari sempurna, ini disebabkan oleh keterbatasan yang ada, baik itu keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, serta keterbatasan dalam melakukan analisa yang sesungguhnya semua itu tidak penulis harapkan. Oleh karena itu penulis mengharapkan suatu kritik dan saran yang membangun, sebagai motivasi peneliti untuk bisa lebih baik dimasa yang akan datang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan pemikiran, petunjuk, pengarahan dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Sugihantoro., S.Sos, M.IKom, selaku Dosen Pembimbing yang paling baik dan sangat berjasa dalam pembuatan skripsi ini, dimana beliau banyak sekali meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran-sarannya selama proses penyusunan skripsi kepada penulis.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Marketing Communication and Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta, yang juga sudah berusaha payah memberikan jadwal sidang skripsi agar saya bisa segera lulus, sekali lagi saya ucapkan terima kasih.
3. Bapak Morissan., MA selaku dosen penguji yang sudah membantu saya menyediakan waktu untuk melaksanakan sidang skripsi.

4. Bapak Dr. Agustina Zubair., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Marketing Communication and Advertising yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis.
5. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, salah satu nya Pak Sam yang begitu baik membantu saya dalam proses sidang skripsi, termasuk staff perpustakaan yang selalu membantu, menyediakan semua informasi di dalam perpustakaan, selama saya menjadi mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication and Advertising Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Untuk keluarga besarku tercinta, Mama (Almarhumah), Bapak,Kakakku, Suami yang dengan penuh kasih sayang dan kesabaran untuk senantiasa memberikan dukungan, kritik, doa serta nasehat tak terkira banyaknya secara lahir maupun batin sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini hasilnya masih jauh dari kata sempurna, namun demikian semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan bagi semua yang membutuhkan.

Jakarta, 06 September 2015

Penulis,



Puji Astuti

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Fokus Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2 Pengertian Promosi	14
2.2.1 Fungsi Promosi	16
2.2.2 Tujuan Promosi.....	19
2.2.3 Bauran Promosi	21

2.2.4 Perilaku Knsumen.....	22
2.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	23
2.2.6 Proses Pengambilan Keputusan.....	25
2.3 Startegi Promosi.....	27
2.3.1 Proses Strategi Promosi	32
2.3.2 Elemen-Elemen Strategi Promosi.....	49
2.3.3 Evaluasi Strategi Promosi.....	51
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	70
3.1 Tipe Penelitian (Deskriptif Kualitatif)	70
3.2 Metode Penelitian	72
3.3 Subyek Penelitian.....	74
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.5 Definisi Konsep.....	76
3.6 Teknik Analisa Data.....	76
3.7 Teknik Keabsahan Data	76
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Objek Penelitian.....	80
4.1.1 Event Citra Schoolympic Sebagai Event Andalan	80
4.1.2 Gambaran Tentang PT. Unilever Indonesia Tbk.....	81

4.1.3 Filosofi PT Unilever Indonesia Tbk	83
4.2 Hasil Penelitian	84
4.2.1 Analisis SWOT.....	85
4.2.2 Analisis situasi STP dan SWOT <i>Event Citra Schoolympic</i>	87
4.2.3 Strategi Bauran Promosi <i>Event Citra Schoolympic</i>	88
4.3 Pembahasan.....	95
4.3.1 Analisis Situasi Pemasaran SWOT.....	95
4.3.2 Strategi Bauran Promosi.....	98
BAB V. KESIMPULANDAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105

