



STRATEGI PROMOSI EVENT BUKU KITAB ANTI BANGKRUT

PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA TAHUN 2013

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :
Ridho Mukhlisin

44311110121

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2015

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ridho Mukhlisin
NIM : 44311110127
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Agustus 2015



Ridho Mukhlisin
44311110127

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI EVENT BUKU KITAB ANTI
BANGKRUT PT GRAMEDIA PUSTAKA UTAMA
TAHUN 2013**

Nama : Ridho Mukhlisin

NIM : 44311110127

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Agustus 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Strategi Promosi Event Buku Kitab Anti Bangkrut PT
Gamedia Pustaka Utama Tahun 2013**

Nama : Ridho Mukhlisin

NIM : 44311110127

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

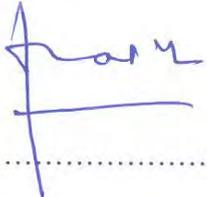
Jakarta, 26 Juli 2015

Ketua Sidang,
Drs. Dadan Iskandar, M.Si



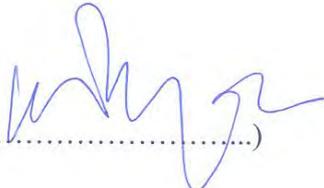
(.....)

Penguji Ahli,
Drs. Marwan Mahmudi, M.Si



(.....)

Pembimbing,
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Strategi Promosi Event Buku Kitab Anti Bangkrut PT
Gramedia Pustaka Utama Tahun 2013**

Nama : Ridho Mukhlisin

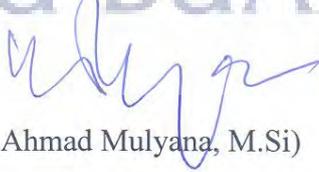
NIM : 44311110127

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 4 Agustus 2015

UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA
Pembimbing



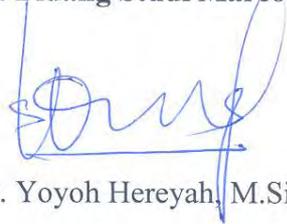
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

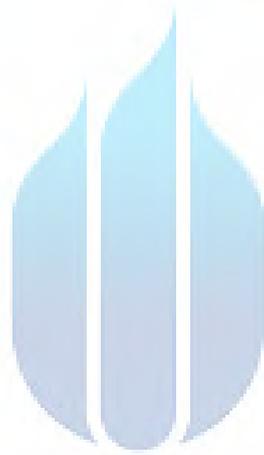


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala berkah, nikmat, serta kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi “Strategi Promosi Event Buku Kitab Anti Bangkrut PT Gramedia Pustaka Utama” dengan mengerahkan seluruh kemampuan yang penulis miliki.

Meskipun jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki banyak kekurangan, penulis tetap bangga dan merasa puas pada skripsi ini karena di dalamnya terdapat kerja keras dan doa dari orang tua dan saudara terkasih. Kesalahan dan kekurangan yang ada di dalam penelitian ini akan menjadikan motivasi untuk membuat penelitian yang lebih baik di kemudian hari.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, petunjuk, dukungan, serta fasilitas. Oleh karena itu ucapan terima kasih diberikan kepada :

1. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam penelitian ini.
2. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Drs. Dadan Iskandar, M.Si selaku ketua siding.
5. Drs. Marwan Mahmudi, M.Si selaku penguji ahli.

6. Dosen-dosen pengajar Fikom Universitas Mercu Buana.
7. Sekretariat dan TU Fikom Universitas Mercu Buana.
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberi support dan doanya terima kasih banyak.
9. Sahara teman hidup penulis, yang selalu memberikan suport dan doa serta yang selalu menghibur penulis pada saat penulis mulai jenuh di saat mengerjakan skripsi ini.
10. Serta teman-teman Fikom Kelas Karyawan Marcomm 2011 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Agustus 2015

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ridho Mukhlisin', with a checkmark-like flourish at the end.

(Ridho Mukhlisin)

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I | |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Fokus Penelitian | 4 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4.1. Manfaat Akademis | 5 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis | 5 |
| BAB II | |
| TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Komunikasi Pemasaran | 8 |
| 2.2. Bauran Promosi | 15 |
| 2.3. Event Dalam Komunikasi Pemasaran | 20 |
| 2.3.2 Special Event | 23 |
| 2.3.3 Event Gathering | 27 |
| 2.3.4 Konsep Strategi Special Event | 28 |

| | |
|--|----|
| 2.3.4.1. Research | 30 |
| 2.3.4.2. Design | 31 |
| 2.3.4.3. Planning | 31 |
| 2.3.4.4. Coordinating | 34 |
| 2.3.4.5. Evaluation | 34 |
| 2.3.5 Strategi Promosi Event | 33 |
| 2.3.5.1. Pendekatan Strategi Promosi Event | 33 |
| 2.3.5.2. 5W Dalam Promosi Event | 34 |
| 2.3.5.3. Cara Mempromosikan Event | 35 |

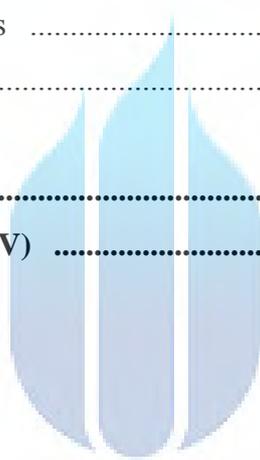
BAB III

| | |
|--|-----------|
| METODOLOGI PENELITIAN | 37 |
| 3.1. Paradigma Penelitian | 37 |
| 3.2. Tipe Penelitian | 39 |
| 3.3. Metodologi Penelitian | 40 |
| 3.4. Subyek Penelitian | 40 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| 3.6. Teknik Analisis Data | 42 |
| 3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 42 |

BAB IV

| | |
|---|-----------|
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1. Gambaran Perusahaan | 44 |
| 4.1.1. Visi dan Misi Gramedia Pustaka Utama | 45 |
| 4.1.1.1. Nilai-nilai Perusahaan | 46 |
| 4.1.2. Struktur Organisasi | 46 |
| 4.1.3. Logo Perusahaan | 48 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 49 |

| | |
|---|---------------|
| 4.2.1. Segmentasi, Targeting, dan Positioning | 50 |
| 4.2.2. Analisis SWOT | 53 |
| 4.2.3. Strategi Promosi Event | 58 |
| 4.3. Pembahasan | 63 |
| BAB V | |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 70 |
| 5.1. Kesimpulan | 70 |
| 5.2. Saran | 72 |
| 5.2.1. Saran Akademis | 72 |
| 5.2.2. Saran Praktis | 73 |
| LAMPIRAN | 74 |
| CURICULUM VITAE (CV) | 84 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1. Agenda promo Buku Kitab Anti Bangkrut | 4 |
| Tabel 4.1. Data penjualan buku Kitab Anti Bangkrut dari tahun 2013-2014 | 63 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1. Grafik alasan event marketing dinilai efektif | 3 |
| Gambar 4.1. Struktur Perusahaan di Group of Books Publishing | 44 |
| Gambar 4.2. Struktur Organisasi di Marcom GOBP | 45 |
| Gambar 4.3. Logo Gramedia Pustaka Utama | 45 |

