



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI PROMOSI KOMUNITAS PROPERTI
PT. BANGUN RUMAH PERSADA
(KENDALA-KENDALA YANG DIHADAPI)**

SKRIPSI

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

MERCU BUANA

Disusun Oleh :

NURHAYATI

44310120054

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI KOMUNITAS PROPERTI
PT BANGUN RUMAH PERSADA
(KENDALA-KENDALA YANG DIHADAPI)**

Nama : NURHAYATI

NIM : 44310120054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 26 Juli 2015

Mengetahui,
Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI KOMUNITAS PROPERTI
PT BANGUN RUMAH PERSADA
(KENDALA-KENDALA YANG DIHADAPI)**

Nama : NURHAYATI


NIM : 44310120054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

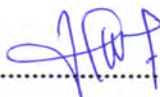
Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 26 Juli 2015

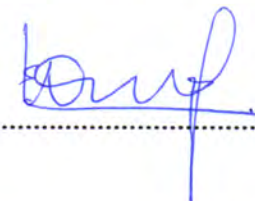
Ketua Sidang
Rahmadya Putra, M.Si


(.....)

Penguji Ahli
Dr. Henny Gusfa, M.Si


(.....)

Pembimbing 1
Dr Yoyoh Hereyah, M.Si.


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI KOMUNITAS PROPERTI
PT BANGUN RUMAH PERSADA
(KENDALA-KENDALA YANG DIHADAPI)**

Nama : NURHAYATI

NIM : 44310120054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 4 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

**Ketua Bidang Studi
Marketing Communication**

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Promosi Melalui Komunitas Properti PT Bangun Rumah Persada (Studi Kasus PT Bangun Rumah Persada).”

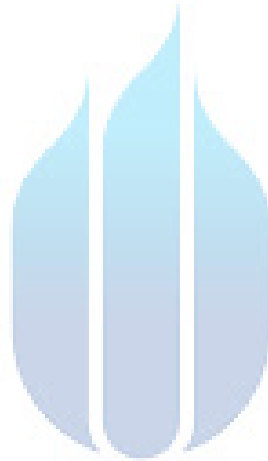
Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Ibu Dr.Yoyoh Hereyah, M.Si, Selaku Ketua Bidang Studi *Advertising and Marketing Communications*, sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk, dorongan, serta semangat dalam pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Tri Diah Cahyowati, M.Si, Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan petunjuk, dorongan, serta nasehat dalam ujian skripsi ini

3. Suami tercinta yang rela terbagi waktunya dengan kuliah selama 9 semester ini, untuk cinta, senyum dan sabarnya yang tak pernah lelah menyemangati, “I LOVE YOU, Sayang”
4. Ibu dan anak-anakku tercinta yang selalu memberikan doa dan semangatnya untuk menyelesaikan perkuliahan dari semester awal hingga lulus kuliah.
5. Teman-teman “*Marcom 18*” yang menjadi penyemangat akhir pekan di masa-masa perkuliahan, kalian selalu menghadirkan tawa di kampus.
6. Dosen dan pengajar *Marketing Communication* yang telah memberikan kesempatan berbagi ilmu dan pengalamannya selama mengajar.
7. Bapak Widi Sudarmoko, Direktur PT Bangun Rumah Persada, terima kasih telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dan memberikan data-data yang penulis butuhkan.
8. Bapak Dody A. Dariandi, *Chief Marketing* Komunitas Properti PT Bangun Rumah Persada, terima kasih atas informasi dan data yang diberikan kepada penulis dan bersedia menjadi narasumber.
9. Bapak Kukuh Widodo, Anggota Komunitas Properti PT Bangun Rumah Persada yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.
10. Rekan-rekan anggota Komunitas Properti PT Bangun Rumah Persada yang telah membantu penulis dalam melengkapi data penelitian.
11. Seluruh pihak yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, khususnya dikalangan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 22 Juli 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Tanda Lulus Sidang.....	ii
Abstrak.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Gambar.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.2 Promosi.....	11
2.2.1 Tujuan promosi.....	13
2.2.2 Bauran Promosi Jasa.....	13
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21
2.4 Komunitas.....	24
2.4.1 Hubungan Komunitas (Community Relations).....	25
2.4.2 Partisipasi Komunitas.....	27

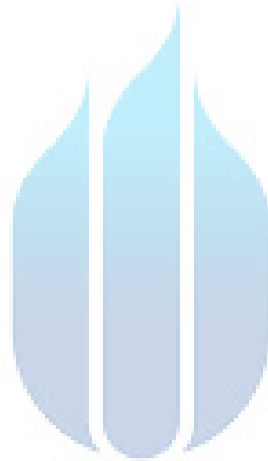
2.4.3 Strategi Promosi Melalui Komunitas	29
2.5 Konsep Penjualan.....	30
2.5.1 Pengertian Penjualan.....	30
2.5.2 Tujuan Promosi Penjualan	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Subyek Penelitian.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Sejarah Dan Perkembangan Komunitas.....	41
4.1.2 Visi.....	42
4.1.3 Misi.....	42
4.1.4 Logo Komunitas Properti.....	42
4.1.5 Budaya Komunitas Properti.....	43
4.1.6 Kegiatan Komunitas Properti.....	44
4.1.7 Struktur Organisasi.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Perencanaan Strategi Promosi.....	48
4.2.2 Pelaksanaan Strategi Promosi.....	54
4.2.3 Evaluasi Strategi Promosi.....	64
4.3 Pembahasan.....	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Praktis.....	78
5.2.2 Saran Akademis.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

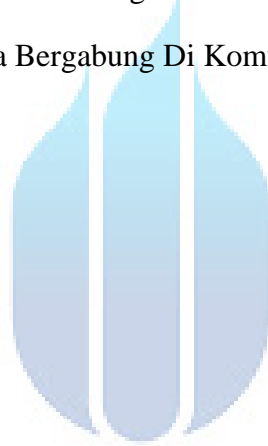
RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Kunjungan Website PT Bangun Rumah Persada.....	5
Gambar 2 Logo PT Bangun Rumah Persada.....	42
Gambar 3 Struktur Organisasi PT Bangun Rumah Persada.....	46
Gambar 4 Motivasi Anggota Bergabung Di Komunitas Properti.....	63



UNIVERSITAS
MERCU BUANA