



Sumber: *Google*

Judul Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT VISI ANAK NEGERI DALAM
MENINGKATKAN PENGGUNA JASA *EVENT ORGANIZER***

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : ALIF MUSTIKA RAHAYU

NIM : 1410411029



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN' JAKARTA

2018

Persembahan untuk

Orang-orang yang ingin mendirikan EO

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Alif Mustika Rahayu

NRP : 1410411029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari di temukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2018

Yang Menyatakan,



AM

Mustika Rahayu

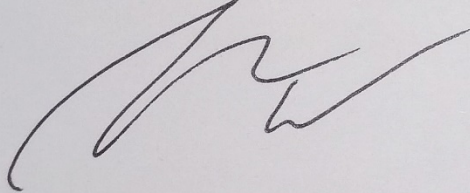
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Alif Mustika Rahayu
NRP : 1410411029
Program Studi/ Jurusan : Ilmu Komunikasi - *Advertising*
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Visi Anak
Negeri dalam Meningkatkan Pengguna Jasa *Event Organizer*

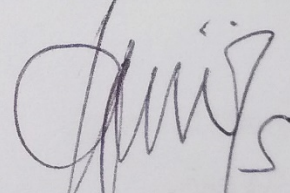
Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang dibutuhkan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Dosen Pembimbing I



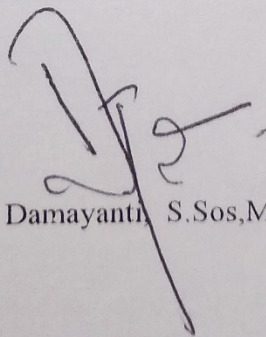
Yani Hendrayani Ph.D.

Dosen Pembimbing II



Windhi Tia Saputra, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Damayanti S.Sos, M.si

Ditetapkan di: Jakarta

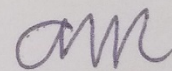
Tanggal Ujian: 10 Juli 2018

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari sukungan, bimbingan serta semangat dari berbagai pihak. Secara moril ataupun materil. Oleh karena-NYA penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Yani Hendrayani Ph.D selaku Dosen Pembimbing I.
2. Windhi Tia Saputra, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II.
3. Damayanti, S.Sos, M.Si. selaku ketua Program Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Jakarta.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si, selaku Wadek I FISIP UPN "Veteran" Jakarta.
5. Dr. Anter Venus, M.A. Comm selaku dekan FISIP UPN "Veteran" Jakarta.
6. Staff Tata Usaha serta MIKMAS FISIP UPN "Veteran" Jakarta.
7. PT Visi Anak Negeri Jakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

Jakarta, 12 Maret 2018



Alif Mustika Rahayu

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai *civitas* akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alif Mustika Rahayu
NRP : 1410411029
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

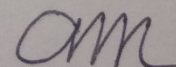
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT VISI ANAK NEGERI DALAM
MENINGKATKAN PENGGUNA JASA *EVENT ORGANIZER***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Namun tidak mencantumkan nama perusahaan secara utuh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Tanggal: Juli 2018
Yang menyatakan,



Alif Mustika Rahayu

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT VISI ANAK NEGERI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGGUNA JASA *EVENT ORGANIZER*

ALIF MUSTIKA RAHAYU

Abstrak

Penelitian ini dibuat dengan mengambil latar belakang adanya persaingan di dunia *Event Organizer* maka dibutuhkan strategi-strategi termasuk strategi komunikasi pemasaran untuk dapat memasuki pasar persaingan agar perusahaan dapat lebih baik lagi dari perusahaan pesaing lainnya. Dan untuk dapat mempertahankan kualitas dari perusahaan, maka perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengendalikan mutu atau kualitas pelayanan yang bagus saja. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan jenis penelitian Kualitatif. Data diperoleh dari wawancara dengan *Manager Marketing* dan *Manager HRD* PT Visi Anak Negeri dan klien dari pengguna jasa PT Visi Anak Negeri sebelumnya yaitu Bapak Lukman dari klien PT Angkasa Pura II (Persero), Bapak Dr. Ananto Prasetya Hadi dari Klien Kantor Kesehatan Pelabuhan kelas 2 Bandung, dan Bapak Bambang dari klien Kemenpora. Data yang diperoleh dijelaskan secara kualitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Visi Anak Negeri menjalankan strategi komunikasi pemasaran lebih kepada *personal selling* dan *public relation*. Dengan menjaga hubungan baik dan *maintace* klien-kliennya yang telah menggunakan jasa PT Visi Anak Negeri. Dengan melakukan komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dan memberikan promo-promo khusus untuk kliennya yang menggunakan jasa PT Visi Anak Negeri. PT Visi Anak Negeri juga menggunakan fasilitas media sosial untuk memperkenalkan perusahaannya dengan *me-upload event* apa saja yang telah dijelankannya. Pendapatan PT Visi Anak Negeri sudah mencapai target atau meningkat dari pendapatan pertahunnya.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, *Event Organizer*

**STRATEGY MARKETING COMMUNICATION PT VISI ANAK NEGERI IN INCREASING THE TOTAL CONSUMER USERS OF
EVENT ORGANIZER SERVICE**

ALIF MUSTIKA RAHAYU

Abstract

This research is made by taking background of the existence of competition in Event Organizer world hence needed strategies including marketing communication strategy to be able to enter the market of competition so that company can be better than other competitor company. And to be able to maintain the quality of the company, the company is required to not only control the quality or good service quality only. The research method used is descriptive with the type of qualitative research. Data obtained from interviews with Marketing Manager and Manager of HRD PT Visi Anak Negeri and clients from service users PT Visi Anak Negeri previously Mr. Lukman from clients PT Angkasa Pura II (Persero), Dr. Ananto Prasetya Hadi from Client of Bandung Class 2 Port Health Office, and Mr. Bambang from Kemenpora's client. The data obtained are explained qualitatively and described in the form of detailed descriptions and systematic. The results of this study indicate that PT Visi Anak Negeri run marketing communication strategy more to personal selling and public relations. By maintaining good relations and maintaining clients who have used the services of PT Visi Anak Negeri. By conducting direct or indirect communication. And give special promos for clients who use the services of PT Visi Anak Negeri. PT Visi Anak Negeri also uses social media facilities to introduce his company by uploading whatever events he has run. PT Visi Anak Negeri's income has reached its target or increased from its annual income.

Keywords: *Strategy, Marketing Communication, Event Organizer*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Signifikasi Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.5.1 Manfaat Akademis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	10
2.2.1 Konsep Strategi Pemasaran.....	10
2.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	15
2.2.3 Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.4 Konsep Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.5 Perencanaan Media.....	21
2.3 Analisis SOSTAC.....	22
2.4 Kerangka Berpikir.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.1.1 Data Primer.....	29
3.1.2 Data Sekunder.....	30
3.2 Penentuan Key Informan dan Informan.....	30
3.3 Teknik Analisis Data.....	31
3.4 Teknik Keabsahan Data.....	31
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....34

 4.1.1 Sejarah PT Visi Anak Negeri.....34

 4.1.2 Visi dan Misi PT Visi Anak Negeri.....35

 4.1.3 Profil PT Visi Anak Negeri.....35

 4.1.4 *Tagline* PT Visi Anak Negeri.....37

 4.1.5 Logo PT Visi Anak Negeri.....38

 4.1.6 Informasi Kontak PT Visi Anak Negeri.....39

 4.1.7 Data Pengalaman Perusahaan PT Visi Anak Negeri.....39

4.2 Hasil Penelitian.....41

 4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran PT Visi Anak Negeri.....42

 4.2.2 Proses Menyusun dan Menjalankan Strategi PT Visi Anak Negeri dalam meningkatkan jumlah pengguna jasa.....60

 4.2.3 Kendala PT Visi Anak Negeri dalam Mempertahankan Pengguna Jasa.....63

4.3 Pembahasan.....65

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....73

5.2 Saran.....73

Daftar Pustaka.....75

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2 Tahap Pembuatan Skripsi.....	34
Tabel 3 Nama klien dari PT Visi Anak Negeri.....	40
Tabel 4 Data jumlah klien.....	42
Tabel 5 Equipment yang dimiliki PT Visi Anak Negeri.....	59
Tabel 6 Pendapatan PT Visi Anak Negeri Tahun 2012-2018.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsep Strategi Pemasaran.....	14
Gambar 2 Konsep Kebutuhan Pasar.....	21
Gambar 3 Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 4 <i>Values</i> Profile.....	36
Gambar 5 Logo PT Visi Anak Negeri.....	39
Gambar 6 Surat Perintah Kerja PT Angkasa Pura II (Persero).....	50
Gambar 7 Surat Pengadaan Barang/Jasa PT Angkasa Pura II (Persero).....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Surat Riset Perusahaan.....	A1
Lampiran B	Transkrip Wawancara.....	B1
Lampiran C	Riwayat Hidup.....	C1
Lampiran D	Dokumentasi Penelitian.....	D1