

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT PACIFIC
FEDERAL FACTORY DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Roma Uly Sianturi
131110030**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT PACIFIC FEDERAL FACTORY DI KOTA BATAM

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Roma Uly Sianturi
131110030**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana dan magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 16 Februari 2017
Yang membuat pernyataan,

Roma Uly Sianturi
131110030

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT PACIFIC FEDERAL FACTORY DI KOTA BATAM

Oleh

**Roma Uly Sianturi
131110030**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal

Batam, 16 Februari 2017

.....

Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menggambarkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT Pacific Federal Factory di Kota Batam berdasarkan teori IMC (*Intagrated Marketing Communication*) yaitu periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, dan hubungan masyarakat dan publisitas.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang mendeskripsikan tentang penggunaan Strategi pemasaran yang dilakukan PT Pacific Federal Factory yang meliputi periklanan (iklan media cetak di Koran Sindo, Batam Pos, dan Tribun, Baliho dan Alfatron), promosi penjualan (uang kaget rumah dan toko bangunan, Lucky Draw), acara dan pengalaman (Lomba *selfie* bersama produk PFF Paint), dan Humas dan Publisitas (Kegiatan donor darah bersama PMI dan Kalender meja PFF Paint). Data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan beberapa key informan PT Pacific Federal Factory seperti Merry sebagai Head Promotion & Advertising, Aina sebagai Sales Manager, Fedry sebagai Manager Project, Dina sebagai QC Head dan yang terakhir salah satu konsumen yang sudah pernah mendapatkan uang kaget dari PFF Paint yaitu Elyta Sidabutar. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa PFF Paint menggunakan 4 kegiatan yang sudah direncanakan dengan baik dari strategi komunikasi pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, dan hubungan masyarakat dan publisitas untuk mempertahankan kedudukannya di tengah persaingan cat di Kota Batam.

Kata Kunci : Komunikasi, Strategi Komunikasi Pemasaran, Iklan, Promosi Penjualan, Acara dan Pengalaman, dan Hubungan Masyarakat.

ABSTRACT

This study aims to describe the marketing communication strategy by PT. Pacific Federal Factory in Batam, based on Integrated Marketing Communication (IMC) theory which consists of advertising, sales promotion, events and experiences, and also public relations and publication. This study uses qualitative descriptive method which describes the use of marketing strategies carried out by PT. Pacific Federal Factory. The strategies are advertising (print ads on Sindo, BatamPos, and Tribun newspapers, billboards, and videotrons), sales promotions (uang kaget for houses and , lucky draw), event and experiences (selfie contest with PFF Paint products), and public relations and publication (blood donation with PMI and desk calendar from PFF Paint).

The data was collected by deep interviews with some key informants from PT. Pacific Federal Factory, such as Merry (Head Promotion & Advertising), Aina (Sales Manager), Fedry (Project Manager), Dina (Quality Control Head), and Sidabutar (one of PFF Paint's customer who won the "uang kaget"). The result of this study shows that PFF Paint uses four activities that have been planned before from the marketing communication strategies, which are advertising, sales promotion, events and experiences, and public relations and publication to maintain its position in paint products competition in Batam.

Keywords: Communication Strategy Marketing, Advertising, Sales Promotions, Events and Experiences, and Public Relations.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang sedikit banyak membantu dan memberikan motivasi dalam menyusun skripsi ini.
3. Ibu Angel Purwanti, S.Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Dosen dan *Staff* Universitas Putera Batam yang telah membantu penulis sehingga penulis bisa sampai tahap sekarang.
5. Bapak, Mama, dan adik penulis yang tanpa lelah dan sabar memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis tetap optimis untuk selalu dapat menyelesaikan perkuliahan yang penulis jalani.
6. Keluarga penulis yang telah banyak memberikan doa dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Teman-teman semua atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.
8. Rekan kerja yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta kasih-Nya, Amin.

Batam, 16 Februari 2017

Roma Uly Sianturi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Kajian Teoritis	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi	10
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.3 Bauran Pemasaran	12
2.1.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.1.5 Promosi Penjualan	13
2.1.6 Acara dan Pengalaman	14
2.1.7 Premium	15
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Sumber Data	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Instrumen Penelitian	37
3.5 Metode Analisis Data	38
3.5.1 Analisis Domein	39
3.5.2 Analisis Taksonomi	39
3.5.3 Analisis Tema	40
3.6 Uji Validitas dan Kredibilitas Data	41
3.6.1 Uji Credibility	41
3.6.2 Uji Transferability	42
3.6.3 Uji Dependability dan Conformability	42

3.7	Waktu Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Profil Perusahaan	45
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.2	Produk <i>Knowledge</i> PT Pacific Federal Factory	46
4.1.3	Distributor PT Pacific Federal Factory	50
4.1.4	Pemegang Saham PT Pacific Federal Factory	51
4.1.5	Sejarah Singkat PT Pacific Federal Factory.....	51
4.1.6	Logo PT Pacific Federal Factory	52
4.1.7	Struktur Organisasi PT Pacific Federal Factory.....	53
4.2	Hasil Penelitian	60
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran PT Pacific Federal Factory.....	60
4.2.1.1	Periklanan.....	61
4.2.1.1.1	Iklan Media Cetak	63
4.2.1.1.2	Baliho	67
4.2.1.1.3	Videotron	70
4.2.1.2	Promosi Penjualan.....	73
4.2.1.2.1	Uang Kaget.....	74
4.2.1.2.2	Uang Kaget Rumah	77
4.2.1.2.3	Uang Kaget Toko Bangunan.....	78
4.2.1.2.4	Lucky Draw.....	80
4.2.1.3	Acara dan Pengalaman	83
4.2.1.4	Hubungan Masyarakat & Publisitas.....	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	SIMPULAN	89
5.2	SARAN	90
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
SURAT KETERANGAN PENELITIAN		
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model IMC	31
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian Kualitatif.....	38
Gambar 4.1 Kemasan Produk PFF Paint.....	48
Gambar 4.2 Pemegang Saham PFF Paint	51
Gambar 4.3 Logo PFF Paint	52
Gambar 4.4 Struktur Organisasi.....	53
Gambar 4.5 Strategi Iklan PFF Paint	62
Gambar 4.6 Tahapan Membuat Iklan.....	64
Gambar 4.7 Iklan Media Cetak PFF Paint	65
Gambar 4.8 Gambar Jadwal Iklan Media Cetak di Koran Tribun Batam.	65
Gambar 4.9 Gambar Jadwal Iklan Media Cetak di Koran Batam Pos.....	66
Gambar 4.10 Gambar Jadwal Iklan Media Cetak di Koran Sindo.....	66
Gambar 4.11 Tahapan Pembuatan Baliho PFF Paint.....	68
Gambar 4.12 Baliho PFF Paint	68
Gambar 4.13 Tahapan Proses Pembuatan Iklan Videotron	71
Gambar 4.14 Strategi Promosi Penjualan	74
Gambar 4.15 Tahapan Kegiatan Uang Kaget Rumah.....	77
Gambar 4.16 Kegiatan uang kaget rumah PFF Paint.....	78
Gambar 4.17 Tahapan Kegiatan Uang Kaget Toko Bangunan.....	79
Gambar 4.18 Kegiatan uang kaget toko bangunan PFF Paint	80
Gambar 4.19 Tahapan Kegiatan Lucky Draw Tahun 2016	81
Gambar 4.20 Tahapan Kegiatan Lucky Draw Tahun 2017	81
Gambar 4.21 Kupon undian PFF Paint untuk tahun 2017	82
Gambar 4.22 Gambar Kegiatan Lomba Selfie	84
Gambar 4.23 Foto Kegiatan Donor Darah PFF Paint	86
Gambar 4.24 PFF Paint memberikan cat gratis kepada Sekolah	87
Gambar 4.25 Kalender Meja PFF Paint Tahun 2017	88
Gambar 4.26 <i>Annyversary</i> ke 14 PFF Paint	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel Konsumsi Cat Nasional.....	3
Tabel 2.1 Tabel <i>Review</i> Perbedaan dan Persamaan Penelitian Sejenis	19
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	44
Tabel 4.1 Tabel Titik Baliho di Kota Batam.....	69
Tabel 4.2 Tabel Videotron di Kota Batam	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto Kegiatan Komunikasi Pemasaran PFF Paint

Lampiran 2 Foto Wawancara

Lampiran 3 Daftar Pertanyaan

Lampiran 4 Transkrip Wawancara

