

**STRATEGI PROMOSI PT HOLCIM DALAM MEMPERKENALKAN
PRODUK BATATON DIKOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Fakultas Isipol Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

CECEP SAPUTRA

20040530199

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2011

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka

Yogyakarta , 11-08-2011

Cecep Saputra

Motto

Sudah kulewati rasa yang perih, rasa yang pedih

Sudah kurasakan sakit yang kau alami, perih

Kini kutau betapa kau menderita karnaku

Kini kusadari btapa kejamnya aku.....

Jika aku dapatkan keajaiban

Sebuah kesempatan yang tulus

Ku akan menjagamu dengan nyawaku

Tak akan kubiarkan kau sedih kembali.....

(Makna Flow, karya by Cecep Saputra)

Persembahan

Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT, ku persembahkan karya ini untuk:

1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya
2. Ibu tercinta ku yang telah memberi segala jiwa dan raga nya untuk kebahagiaanku & kesuksesanku
3. Ibu tercinta ku yang telah memberi segala jiwa dan raga nya untuk kebahagiaanku & kesuksesanku
4. Ibu tercinta ku yang telah memberi segala jiwa dan raga nya untuk kebahagiaanku & kesuksesanku
5. Ayah terhormat yang telah mengurus keringat demi masa depanku

6. Teteh Desi & Adiku Imam yang menjadi motivasi dalam hidupku

7. My love Dian Ardianti ,selama 2,5 tahun udah nemenin saat-saat sulit maupun bahagia

8. Yopie Hartanto S.Ikom sahabat terbaik ku saat susah maupun senang

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama ALLAH SWT yang maha pengasih dan maha penyayang dan segala puji bagi ALLAH SWT yang menguasai seluruh alam. Sholawat serta salam kami tujukan kepada Nabi Muhammad SAW dan keluarga serta sahabat-sahabatnya. Atas segala karunia ALLAH SWT serta bimbingan-Nya juga, penulis dapat menyelesaikan dan menyusun hasil penelitian di lembaga pendidikan Tinggi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai syarat meraih gelar sarjana (S1) di Fakultas Isipol Jurusan Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis banyak mendapat doa, dukungan, sambutan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan Terima Kasih kepada:

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Ibu Suciati , S.Sos.,M.Si selaku Dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan
4. Bapak Aswad Ishak S.IP.,M.Si selaku dosen ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
5. Ibu (Mimin Aminah) & ayah (Saparudin) tercinta yang telah memberikan Doa, dukungan, serta semangat sehingga dapat terselesaikan Skripsi ini.
6. Tete desu , dan Adik imam yang telah menjadi Motivasi sehingga dapat menjadi semangat dalam mengerjakan Skripsi ini

7. Sahabat seperjuangan kampusku Yopi Wali band, Sigit, Cak Roni, Gugun, Ano,Ozi Blues, Heri, Yogo, indol, Dilla, bondan, Aluz, dani, dan temen-temen class D Angkatan 2004 UMY, semoga kita semua bisa menjadi orang sukses,amiiiiieen
8. Kos pavita (Oki , Toni, sigit) Kos Soboman(Sigit&Dey, ayah&neng, Metti& Victor, Mas Aab, Mba Putri, dan terutama ibu kos
9. Kos Tamsis Yopi again, Edwin, Huda, Dani, dan Mbah kos pesen mie Goreng yaaak!!hohohohoo. muka jangan boros- boros woy disangka angkatan tua juga
10. Kos Iromejan No.5 My(Love, Mba Meri, Evi&Danil, Dian Kecil,) buat Mba Meri makasih banyak sudah di Bolehin masak di kos waktu lagi Kere alias miskin alias gada duit.hahahhahha
11. Bapak Alvin Kurniadi Selaku Market Development Specialist dan Ibu Dian Mega Sari selaku Market Development Specialist PT Holcim Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan dan informasi kepada penulis untuk meneliti.

Semoga dengan segala keiklasan dan kesungguhan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan pahala dari ALLAH SWT.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan umumnya bagi siapa saja yang membutuhkan.

Yogyakarta, 2011

Penulis

Cecep Saputra

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Cecep Saputra

20040530199

Ilmu Komunikasi

Strategi Promosi PT Holcim dalam memperkenalkan produk Bataton dikota Yogyakarta tahun (2009-2010)

80 halaman, 17 Buku (1979-2007), 4 Situs (2009-2011)

ABSTRAK

Penelitian ini berusaha menganalisis tentang strategi promosi PT Holcim dalam memperkenalkan produk Bataton di kota Yogyakarta. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan atau membuat prediksi atau lebih dikenal dengan penelitian deskriptif kualitatif. Tujuan dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana PT Holcim dengan strategi promosinya dalam memperkenalkan produk Bataton. Produk Bataton merupakan salah satu produk yang diciptakan PT Holcim untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam pembangunan. Produk bataton yang memiliki kelebihan dari produk-produk lainnya yaitu tahan terhadap guncangan gempa, bataton pertama kali diluncurkan pada tahun 2005. sebagai perusahaan semen PT Holcim juga mempunyai strategi promosi dalam memperkenalkan produk Bataton kepada masyarakat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan PT Holcim dalam memperkenalkan bataton dikota Yogyakarta yaitu menggunakan bauran promosi (*Promotion Mix*) melalui *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publisitas, Direct Marketing*.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Produk Bataton, Holcim