

**EVENT L-MEN OF THE YEAR 2006 SEBAGAI PROMOSI  
PT.NUTRIFOOD INDONESIA**

**(Studi Deskriptif penyelenggaraan Kegiatan Promosi L-Men Of The Year 2006 di PT.  
NUTRIFOOD Indonesia dalam upaya pengenalan produk susu L-men)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk menempuh sebagian persyaratan guna memperoleh derajat  
Sarjana S-1**



**Disusun oleh :**

**Nama : Seni Maryadi**

**No Mahasiswa : 2000 053 0025**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**EVENT L-MEN OF THE YEAR 2006 SEBAGAI PROMOSI  
PT.NUTRIFOOD INDONESIA**

**(Studi Deskriptif penyelenggaraan Kegiatan Promosi L-Men Of The Year 2006 di PT.  
NUTRIFOOD Indonesia dalam upaya pengenalan produk susu L-men)**

**SKRIPSI**  
**Diajukan untuk menempuh sebagian persyaratan guna memperoleh derajat  
Sarjana S-1**



**Disusun oleh :**

**Nama : Seni Maryadi**

**No Mahasiswa : 2000 053 0025**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

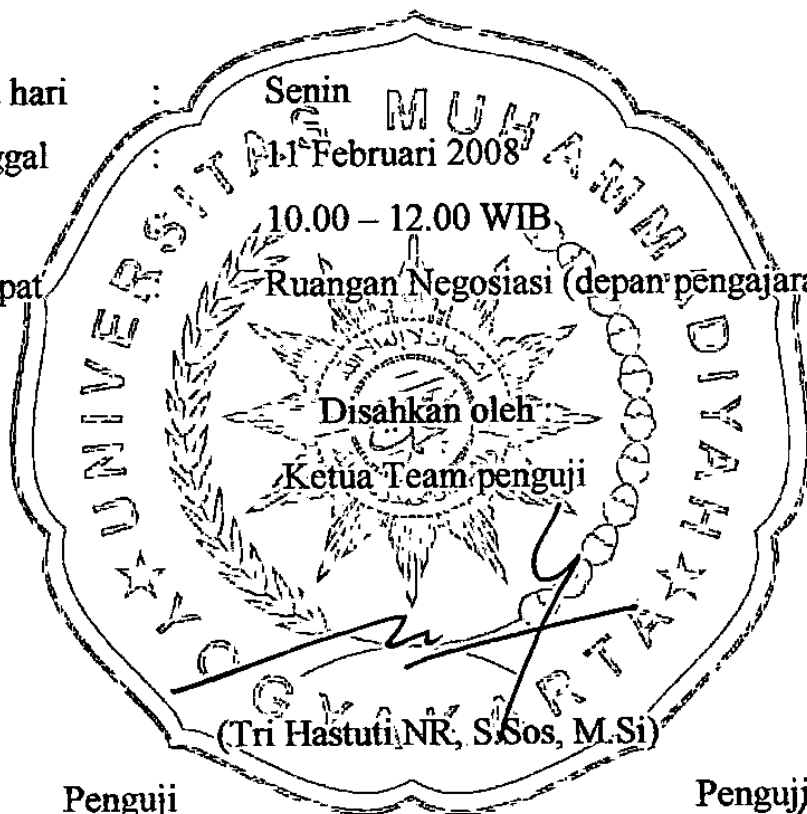
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH VOCYAKARTA**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Team Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada hari : **Senin**  
Tanggal : **11 Februari 2008**  
Jam : **10.00 – 12.00 WIB**  
Tempat : **Ruangan Negosiasi (depan pengajaran)**



Penguji

Penguji

(Krisna Mulawarman, S.Sos)

(Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn)

Mengetahui

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

(Tri Hastuti, NR, S.Sos, M.Si)



**MOTTO**

**No body is perfect**

**Life is so short, don't be a loser.....be a winner**

**Tidak kata terlambat untuk menjadi yang terbaik**

**If you never take the risk, you'll never make a step**

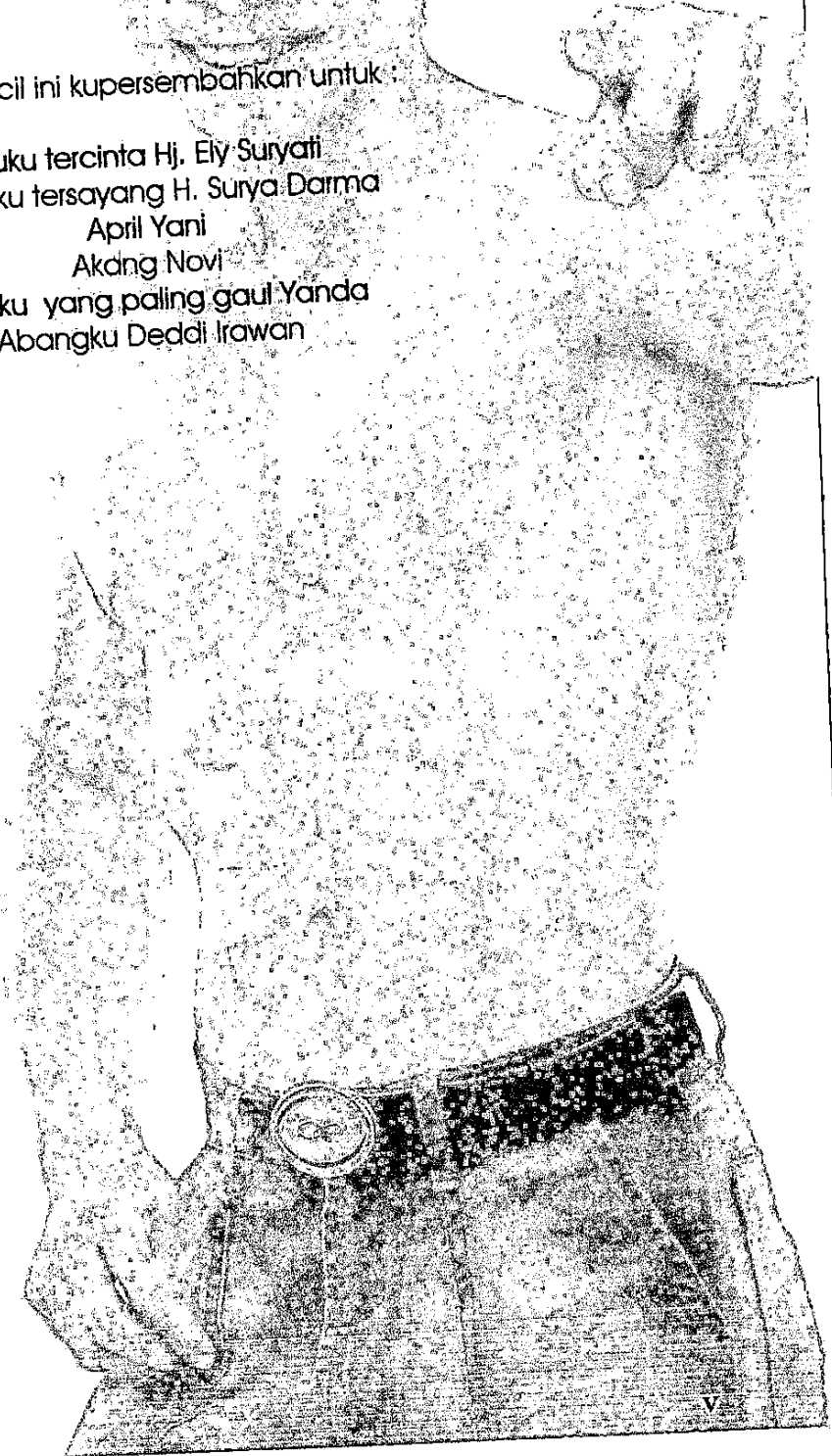
**No Pain No gain**

**Chaiyo.....Seni.....**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya kecil ini kupersembahkan untuk :

Ibuku tercinta Hj. Ely Suryati  
Bapakku tersayang H. Surya Darma  
April Yani  
Akang Novi  
Adeku yang paling gaul Yanda  
Abangku Deddi Irawan





**The great thank's support :**

**Allah S.W.T Sang Maha Segala**

**Rasullulah S.A.W**

**Al-Quran yang menjadi penuntun dan penerang hatiku.**

**Bapak dan mamakku yang tak henti- hentinya mendoakan aku untuk mnjadi seorang sarjana dan dapat kerjaan (maafkan segala kesalahan adi yah,,.....)**

**April Yani, anugerah terindah yang selalu kumiliki selamanya**

**Dosen pembimbingku,**

**Ibu Tri Hastuti yang udah sabar dalam setiap konsultasi....**

**pak Zuhdan Aziz( you are the best lecturer and you are my best friend forever....tetap**

**jadi dosen yang bersahaja ya pak.....**

**My best Friend Kang Novi,thang 4 everything lah.....**

**Sahabat-sahabatku seperjuangan Fiar, Wawan, Dayat Navv, Henqy...ayo kapan nyusul**

**aku...wis tua dabl!**

**Mesjid Al-Barokah yang selalu menjadi tempat terindah dan teristimewa...**

**Pak Arif yang selalu menjadi motivator...thanks ya pak.....a**

**nak- anak L-Men 2004,..thanks atas kebersamaannya,...**

**teman-temanku Idad Duat yang udah aku racun dengan koleksi film ku,....**

**coli Sopyan (you are my best friend).....**

**teman-teman kost baruku,...**

**Anas(keep gondrong...man),**

**Afif (ayo..kamu kurus...),**

**Andre ( mana pem-pek palebangnya),....**

**dan semua teman-temanku dan juga musuh-musuhku....**

**doain aku yah.....Seni emank Makk- Nyuzz.....**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assallamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT atas segala limpahan hidayah dan inayah-Nya dan tidak lupa shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW serta kepada keluarga, sahabat serta orang-orang yang menghidupkan sunnah beliau secara benar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **EVENT L-MEN OF THE YEAR 2006 SEBAGAI PROMOSI PT.NUTRIFOOD INDONESIA.**

Penulis mengharapkan adanya pentransferan ilmu agar nantinya menjadi lebih bermanfaat karena penulisan skripsi ini selain sebagai syarat memperoleh gelar kesarjanaan, juga dorongan supaya penulis dapat meneruskan ke jenjang yang lebih tinggi.

Naif rasanya kalau penulis tidak memiliki hambatan dalam penulisan skripsi ini. Berkat do'a yang tiada henti dari orang tua, keluarga, sahabat, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan terselesainya skripsi ini, tidak lupa penulis haturkan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Tri Hastuti NR, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang tidak bosannya membimbing saya dalam mengerjakan skripsi.
2. Bapak Zuhdan Azis, S.IP, S.Sn selaku Dosen Pembimbing Skripsi II, terima kasih bimbingannya ya Pak, Pak Zuhdan jadi dosen favorit saya deh!! .

3. Seluruh Dosen jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Seluruh staff dan karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan moril kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang disebabkan adanya keterbatasan pengetahuan. Oleh karena itu sangat diharapkan adanya kritik dan saran yang berguna dari pembaca.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi pembaca.

*Wassallammu`alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 11 Februari

**Seni Maryadi**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR DAN TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xiv</b>
<b><u>BAB I</u> .....</b>	<b>1</b>
<b>Pendahuluan</b>	
A. Latar belakang masalah .....	1
B. Rumusan masalah .....	5
C. Tujuan dan manfaat penelitian .....	6
D. Kerangka teori .....	6
1. Pengertian Pemasaran.....	6
2. Marketing Mix.....	11
2.1 Produk.....	12
2.2 Harga.....	14
2.3 Saluran Distribusi .....	16
2.4 Promosi.....	18
3. Biaya Promosi dan Volume Penjualan.....	24
4. Segmentating, Targetting, Positioning.....	26
5. Event sebagai salah satu pendukung promosi.....	34
6. Periklanan.....	38
	40

**BAB II ..... 46**

**Deskripsi Umum Perusahaan**

A. Deskripsi singkat Perusahaan.....	46
B. Visi dan Misi Perusahaan.....	47
C. Maksud dan Tujuan Produk Susu L-Men.....	49
D. Logo perusahaan .....	50
E. Profil Konsumen.....	50
F. Faktor produksi.....	52
G. Struktur Organisasi.....	52

**BAB III ..... 56**

**Pembahasan dan Penelitian**

A. Hasil temuan data.....	56
1. Latar Belakang Penyelenggaraan LOTY 2006.....	57
2. Persiapan Pelaksanaan Event LOTY 2006.....	61
3. Pelaksanaan Event LOTY 2006.....	73
B. Analisis Data .....	77
Identifikasi audiens sasaran.. ..	77
Menetapkan Tujuan Komunikasi.....	79
Merancang Pesan.....	81
Mengalokasikan total anggaran promosi.....	93
Bauran Promosi.....	94
Mengukur Hasil Promosi.....	103
C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam pelaksanaan event LOTY	

## ABSTRAKSI

Promosi merupakan faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Betapapun berkualitasnya sebuah produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya.

Situasi dan kondisi persaingan pasar akhir- akhir ini semakin ketat, hal itu ditandai dengan banyaknya perusahaan serupa yang meluncurkan produk sejenis dengan keunggulan masing- masing. strategi promosi yang tepat, demi kelangsungan hidup sebuah perusahaan.

Hal ini membuat perusahaan memerlukan sebuah sarana yang efektif untuk mempromosikan produknya agar diketahui oleh khalayak luas. Salah satunya dengan membuat sebuah *event* yang diharapkan mampu menjembatani antara pihak konsumen dan pihak produsen. *Event* adalah salah satu kegiatan promosi, sedangkan promosi itu sendiri merupakan bagian kegiatan dalam pemasaran yang berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dan konsumen.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka PT. NUTRIFOOD INDONESIA membuat program kegiatan promosi dalam bentuk event yaitu sebagai usaha untuk memperkenalkan produk susu L-Men kepada masyarakat, sehingga dapat meningkatkan target perusahaan serta produk yang dapat dikenal oleh publik sasaran.

Event L-Men Of The Year 2005 yang diselenggarakan mendapat sambutan yang positif dari masyarakat, hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya penonton dan peserta yang berpartisipasi pada event tersebut.

Tentunya sangat diharapkan dengan event L-Men OF THE YEAR 2006 ini akan menjadi momen penting selama kurun waktu satu tahun karena d mampu meningkatkan angka penjualan produk susu L-Men dibanding tahun- tahun sebelumnya. Bagi PT. NUTRIFOOD INDONESIA sebagai produsen dan khalayak masyarakat sebagai konsumen. Sebagai produsen ini merupakan teknik yang tepat untuk memasarkan produk susu L-Men, sedang bagi konsumen ini merupakan