

**UPAYA KOMUNIKASI PEMASARAN JOGJA MEDIA NET
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Upaya Komunikasi Pemasaran Jogja Media Net
Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :
PUTRI ARIESTIKA HERMANI
20070530009**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan didepan Tim Penguji
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada :

Hari , Tanggal : Senin, 18 April 2011
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi UMY
Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

Penguji I

Penguji II

Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn.

Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)

Tanggal, 18 April 2011

Aswad Ishak, S.IP., M.Si.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2011

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirrabil' alamin, Segala Puji dan Syukur atas segala nikmat yang telah Engkau berikan pada hamba, Yaa Allah, sehingga mampu melewati setiap hari indahMu dengan penuh keberkahan, salah satunya melalui karya kecilku ini. Terima Kasih untukMu Yaa Allah..

I've just created this mini thesis only for:

My Lovely Mom, Sulistyowati..

And

My Lovely Dad, Alm. Joko Purnomo..

Thank you for many sacrifices, love and supports that both of you gave to me..

You are the most important people that I ever have in my life..

Then after this, I just want to prove to all of people in this world that..

I'M NO ONE WITHOUT YOU AND I CAN BE SOMEONE BECAUSE OF YOU, MOM and DAD..

I love you so much..

My Sisters Kurnia Rahmawati and Septi Kumalasari..

Thank You For all of your supports and for love..

Let's makes my parents proud to us, ladies..!!!

I Love you more..

My brother in Law, Wahyu Budi Atmaji

And

My nephew, Rangga Putra Atmaji..

Thank You so much for your supports and pray for me..

SPECIAL THANK'S TO:

- ❖ **Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jurusan Ilmu Komunikasi, khususnya Konsentrasi Public Relations, yang udah ngasih aku banyak pembelajaran dan kenangan terindah selama kuliah.. You know what?? I really enjoy it.. ☺**
- ❖ **Keluarga besar ku FX. Pujo Suratno dan keluarga besar ku Manisah Sastrodihardjo yang selalu ngedo'ain dan ngedukung aku sampai saat ini.. terima kasih banyak.. ☺**
- ❖ **Sahabat-sahabatku tersayang; Teteh Mita, PS, Rizka, n Rachma, yang slama ini udah rela aku jadiin tempat curhat n rela kamar kalian jadi tempat transit kalo aq lagi BT di kos.. makasih yaa buat semua kebaikan, kegilaan, pengalaman rruaaarrrr biasaa yang kalian kasih ke aku.. semoga kita tetep bisa saling jaga silaturahmi kita ini.. love you more.. ☺**
- ❖ **Keluarga besar Panembahan + Norman And The Gank; omen a.k.a sony antero, ihwan, maul, andi, ibnu, hasto.. You are the craziest, kind, and helpful friends that I ever had, man..!! ☺. Buat Omen: matur nuwun sanget nggih nggo kabeh, kw emang pendengar yang baik. Relu ngedengerin aku curhat sambil nangis-nangis. Nasehat dan pengalamanmu bener2 jadi motivasi buat aq.. You're the best brother..!! ☺**
- ❖ **Temen-temen KOS MEGA PUTRI; Mbak Eva, Vina, Fian, Defri, Uti, Iim, Ita kecil, Ita, Mbak Fat, Lulu, Mbak Gina, Mbak Eny. Makasih buat kenangan yang kalian kasih ke aku.. SPECIAL buat anak2 kos bagian Belakang yang paling aku sayaaaaang; Mbak Rely, Mbak Ari, Widya, Mala, dan Kesti, makasiiiihihhhhh banyaaaaaaaakkkkk buat kegilaan, kebaikan, pengalaman, n kenangan yang super duper indah buat aku. Kangen banget deh aq sama kalian.. kangen ngegosip bareng, makan bareng, nonton film bareng, pergi bareng, saling pinjem barang dari mulai duit, sisir sampe**

sendal.. inget2 pesan bu kos yaa, nak.. hhahaha.. love you so much.. cupppssss... ☺

- ❖ Temen-temen seperjuangan (pabibal community) ; Maya, Mbak Zakia, Mbak Reny, Rika, Ichonk, n Destri.. inget kan kalian sama perjuangan kita waktu itu..????? makasih yaa buat supportnya.. Remember.. Maya said that Impossible is nothing..!!! ☺
- ❖ Temen-temen IKO7; Adin, Eris, Ifah, Yulista, Hanum, Lingga, miss Riska, Erin, Egha, Eri, Fafa, Alan, Anthi, Yeni, pak ustad Sofyan, Vika, Mbak Nina, Putri Perdhana, dll.. (maaf yaa gag bisa nyebutin satu2..), yang jelas kalian semua sangat berarti buat aq.. makasih yaa buat semuanya.. tetap semangat..!!! ☺
- ❖ Temen2 IKO8; Ranisa, Hesty, dan Triska.. terima kasih.. ☺
- ❖ Temen2 PERHUMAS MUDA YOGYAKARTA (UMY) ; Fajri, Irfan, Chayat, Andris, AA, dan Intan, makasih yaa buat semua pengalaman organisasi yang udah kita Lewatin.. ☺
- ❖ Temen2 n para Koordinator KKN Jurnal Muktamar, terima kasih atas pembelajaran dan pengalamannya.. karena JM, aq jadi bisa mewawancarai tokoh2 penting Indonesia.. ☺
- ❖ Keluarga besar CIKO; makasih buat pembelajaran dan pengalamannya, walaupun aq cuma sebentar jadi bagian dari kalian, tapi banyak hal yang aq dapet dari CIKO.. ☺
- ❖ Netbook Acer hitam, kau penyelamat skripsiku..!! tanpa kamu, karya kecil q ini blum tentu jadi.. terimakasih yaa.. ☺
- ❖ AB 3410 U.. makasih karena udah jadi penopang kaki manjaku ini.. walaupun kamu sering rewel, tapi aq tetep sayang sama kamu karena udah jadi saksi bisu perjalanan hidupku selama kuliah.. ☺
- ❖ Buat semua pembaca n adek2 angkatan ku di Ilmu Komunikasi UMY, semangat..!!!!!! inget lagunya Justin Bieber ; 'NEVER SAY NEVER..!!!!!!!!!!!!!!' ☺

Sleman, 28 April 2011

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Upaya Komunikasi Pemasaran Jogja Media Net Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”.

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan penjelasan dan upaya secara nyata mengenai implementasi komunikasi pemasaran perusahaan Jogja Media Net dalam menjaga loyalitas pelanggannya dengan menggunakan langkah-langkah bauran promosi. Oleh karena itu penulis akan menjelaskan dalam penelitian ini sesuai dengan kemampuan penulis.

Sebagai penulis, saya menyadari bahwa banyak kekurangan dalam melakukan penelitian ini, sehingga penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran dari semua pembaca. Besar kecilnya sembangsiah yang diberikan dalam penelitian ini, semoga dapat menumbuhkan wacana berpikir dan tindakan saya yang lebih baik lagi. Semoga apa yang terkandung dalam skripsi ini dapat berguna bagi semua pembaca. Terwujudnya skripsi ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dorongan dari semua pihak, maka dalam hal ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Ir. HM. Dasron Hamid, M.Sc, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran, arahan, dan kritik untuk saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

3. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn selaku Dosen Penguji I, terimakasih pak atas saran dan kritiknya atas skripsi saya sehingga akhirnya saya dapat mengerti dengan jelas tentang komunikasi pemasaran.
4. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP.,SE.,MM. selaku Dosen Penguji II, terimakasih untuk saran, kritik, pengalaman, dan informasi yang ibu berikan.
5. Bapak Fajar Iqbal, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya pertama kali. Terimakasih banyak pak atas pembelajaran yang bapak berikan pada saya, sehingga pada akhirnya saya dapat berpikir dan menerima semua hal tidak hanya dengan otak, tetapi juga dengan hati walaupun itu tidak sama seperti yang kita inginkan.
6. Seluruh Dosen Komunikasi UMY, saya haturkan terimakasih atas bimbingan yang diberikan pada saya selama menjadi mahasiswa di UMY.
7. Sosok terpenting yang selalu memberikan informasi kepada para Mahasiswa/I, Pak Jono, Mbak Siti, Pak Muryadi, dan Pak Yuni, terima kasih banyak atas bantuan dan informasinya. All of you are the really helpful people.
8. Seluruh staf civitas akademi UMY, khususnya bagian BHP, terimakasih atas kerjasamanya selama ini.
9. Perusahaan Jogja Media Net, khususnya Bapak Gana, Bapak Ary dan Mbak2 *front liner* JMN yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian ini dan tidak bosan menerima kedatangan saya di JMN.
10. Semua pihak yang membantu penelitian ini, terima kasih.

ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial Politik dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations**

Putri Ariestika Hermani

Upaya Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Tahun Skripsi: 2011 + 100 Halaman + 4 Grafik + 4 Tabel + 8 Gambar

Daftar Pustaka: 17 buku + 7 sumber lain

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang memicu terciptanya media baru sebagai alat informasi, salah satunya adalah televisi kabel. Jogja Media Net sebagai salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang ini mencoba peruntungan dengan hadir melalui produk internet televisi kabel. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, terjadi penurunan jumlah pelanggan dalam kurun waktu empat tahun. Maka dari itu, untuk mengatasi hal tersebut diperlukan adanya upaya komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya komunikasi pemasaran yang dilakukan Jogja Media Net serta mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat upaya komunikasi pemasaran tersebut. Kajian teori yang digunakan adalah komunikasi pemasaran, unsur-unsur komunikasi pemasaran, dan loyalitas pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode studi kasus dan kemudian dianalisis secara kualitatif. Lokasi penelitian yang dilakukan adalah di perusahaan Jogja Media Net. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan penggunaan dokumen. Informan yang diambil yaitu delapan orang yang berasal dari karyawan perusahaan dari tiga divisi berbeda dan pelanggan Jogja Media Net. Sedangkan teknik analisis data yang dilakukan adalah melalui reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah upaya komunikasi pemasaran dilakukan menggunakan bauran komunikasi pemasaran, yakni periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan personal. Upaya komunikasi pemasaran melalui keempat cara tersebut sudah dulakukan cukup efektif. Hal ini ditandai dengan semakin meluasnya informasi yang tersebar mengenai produk-produk baru Jogja Media Net. Akan tetapi, periklanan yang dilakukan oleh JMN terbilang belum efektif karena masih menggunakan cara lama.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Keluhan

ABSTRACT

University Muhammadiyah of Yogyakarta

Faculty of Political and Social Sciences

Department of Communication Studies

Concentration of Public Relations

Putri Ariestika Hermani

Effort of Marketing Communication to Increasing the Customer Loyalty

Thesis Year: 2011 + 97 pages + 5 Graphics + 3 Tables + 9 pictures

References: 14 books + 7 other sources

The development of technology stimulates the creation of new media as a new information tool; one of them is cable television. Jogja Media Net as one of the company which focuses on it tries his luck on the product of cable internet and television. However, there is a big number of customer decreases in four years. Therefore, it needs a marketing communication effort for it. This research aims to describe the marketing communication that has been done by Jogja Media Net, and it also describes what are supporting factors and its obstacles as well. Theories used in this research are marketing communication, marketing communication elements, and customer's loyalty.

Research method used in this research is descriptive research along with the case study which will be analyzed qualitatively. The location of the research is in Jogja Media Net Company. Data collection techniques Method are observation, interview, and documents. The interviewees are 8 persons from three different divisions of Media Net Company and customers. The technique of data analyzing is by reducing data, serving data, and resulting summary.

The result of this research is the effort of marketing communication that has been done using marketing communication mixed which are advertisement, sale promotion, publicity, and personal sale. The effort of marketing communication through four ways has been done effectively. It can be seen by the wide coverage of Jogja Media Net. However, the advertisement that has been done by Jogja Media Net is not effective yet, which is using the old way of advertisement.

Key words: Marketing Communication, Customer Loyalty, complain.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Persembahan	iii
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Grafik.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Abstraksi.....	xiv
Abstrac.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kajian Teori.....	12
1. Komunikasi Pemasaran.....	12
2. Loyalitas Pelanggan.....	19

3. Kepuasan dan loyalitas pelanggan.....	21
4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	22
5. Personal selling.....	23
6. Sales promotion.....	24
F. Kerangka Konsep.....	25
G. Batasan Istilah.....	25
H. Metode Penelitian.....	26
I. Sistematika Penulisan.....	32
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	33
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	33
B. Visi Misi Perusahaan.....	34
C. Strategi Usaha Jogja Media Net.....	35
D. Platform Perusahaan.....	35
E. Legalitas Berdirinya Jogja Media Net.....	36
F. Lisensi Perusahaan.....	37
G. Logo Jogja Media Net.....	38
H. Arti Nama & Logo Jogja Media Net.....	38
I. Lokasi Perusahaan.....	40
J. Struktur Organisasi Jogja Media Net.....	41
K. Produk & Layanan Jogja Media Net.....	42
L. Tipe Produk.....	48
M. Daftar Channel Televisi Kabel Jogja Media Net.....	49

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Sajian Data	
1. Masalah Yang Melatarbelakangi Upaya Komunikasi Pemasaran.....	51
2. Implementasi Upaya Komunikasi Pemasaran.....	61
a. Klasifikasi dan Segmentasi Pelanggan.....	62
b. Menemukan Titik Kontak Konsumen.....	67
c. Menetapkan sasaran dan strategi komunikasi pemasaran....	70
d. Menyusun teknik komunikasi pemasaran.....	72
e. Memilih Taktik Komunikasi Pemasaran.....	80
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	82
1. Tahap Implementasi Upaya Komunikasi Pemasaran.....	85
2. Evaluasi Faktor Pendukung dan Penghambat Upaya Komunikasi Pemasaran.....	96
 BAB IV PENUTUP.....	 98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Jumlah Pelanggan Jogja Media Net 4 Tahun Terakhir.....	5
Grafik 1.3 Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	22
Grafik 2.1 Struktur Organisasi Jogja Media Net.....	41
Grafik 3.1 Presentase Jumlah Pelanggan Jogja Media Net.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tarif Internet SOHO Kabel Account & Corporat Account.....	44
Table 2.2 Web Hosting Jogja Media Net.....	45
Tabel 3.1 Data Peta Jangkauan Jogja Media Net.....	58
Table 3.2 Klasifikasi Keluhan Pelanggan Jogja Media Net.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Platform Perusahaan.....	35
Gambar 2.2 Logo Jogja Media Net.....	38
Gambar 2.3 Lokasi Perusahaan.....	40
Gambar 3.1 Berbagai Event Jogja Media Net.....	70
Gambar 3.2 Contoh <i>Flyer</i> , Brosur dan <i>Car Advertisement</i> Jogja Media Net.....	75
Gambar 3.3 Aktivitas Penjualan Personal Karyawan Jogja Media Net.....	80
Gambar 3.4 Foto Kegiatan Pameran dan <i>Open House</i> Jogja Media Net.....	83
Gambar 3.5 Jenis-jenis Link Afiliasi Jogja Media Net.....	84