

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK
MERITPLUS OLEH BIRO IKLAN EXISTCOMM
YOGYAKARTA**

**(STUDI KASUS DESKRIPTIF KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK MERITPLUS
OLEH BIRO IKLAN EXISTCOMM YOGYAKARTA UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS KLIEN)**



Disusun Oleh :

IMADUDIN SUNNI

20050530162

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

2009

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disyahkan di depan Tim Penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 09 Desember 2009

Pukul : 08.00 WIB

Tempat : Ruang Hibah Ilmu Komunikasi

Nilai :


SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua


Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si

Penguji I



Penguji II


Zudan Azis, S.IP, S.SN


Zein Mufarrih, S.IP

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 09 Desember 2009



Fajar Iqbal, S.Sos, M.Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HATA-HATA PENELITIAN

telah dipertimbangkan dan disetujui oleh Dewan Penelitian Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Padang :

Tahun/Tanggal : Rabu, 09 Desember 2009

Pukul : 08.00 WIB

Tempat : Ruang Kerja Jurusan Ilmu Komunikasi

Nilai :

SURvei TEM BERGUBU

Kemas

Sovia Sina Sari, S.P., M.Si

Peneliti II

Peneliti I

Nidra Rizki, S.P., M.Si

Nidra Rizki, S.P., M.Si

Survei ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal 09 Desember 2009

Prof. Dr. H. S. S. S. S.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PERSEMBAHAN

MY GOAL OF MAKING MY THESIS IS NOT TO IMPRESS EVERYBODY BUT TO EXPRESS MYSELF. I'M NOT TRYING TO PLEASE EVERYONE. I'M HERE BECAUSE THIS MY LIFE, MY PASSION. EVEN WHEN YOU HATE MY THESIS, IT WOULDN'T CHANGE MY CHARACTER. I'M NOT HERE TO BE LOVED. WEATHER YOU LIKE IT OR NOT, I WILL BE HERE. AND THIS IS ME.

MOTTO

PENYAKIT TIDAK BISA KOMUNIKASI
BISA DATANG
KAPANPUN DAN DIMANAPUN

JURUSAN KOMUNIKASI
ADALAH SOLUSINYA

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah yang tak terkira penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang selalu memberikan hidayah, cinta serta kasih sayang kepada penulis, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Merit Plus Oleh Biro Iklan Existcomm Yogyakarta ”. sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis sangat menyadari, bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dan bagi para mahasiswa terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi UMY, Insan periklanan dan pemasaran Indonesia dan siapa saja yang bersedia meluangkan waktunya untuk membaca skripsi ini. Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Allah SWT beserta Rosulnya Muhhamad SAW yang telah melancarkan semuanya dan memberikan kesehatan bagi penulis.
2. Kedua orang tua Bapak Ishak Junaidi dan Ibu Wakhidah selalu memberikan semangat untuk mendidik anaknya agar jadi lebih baik.

3. Safarina Rizki sebagai kakak saya selalu meberikan masukan-masukan yang baik kepada penulis.
4. Seluruh keluarga selalu ada disamping penulis dan selalu membimbing agar menjadi lebih baik dan berguna bagi semua.
5. Bapak Zudan azis dan Ibu Sovia Sitta Sari selaku Dosen pembimbing telah meluangkan waktunya untuk member bimbingan demi kelancaran skripsi ini
6. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Teman-teman Jurusan Ilmu komunikasi 2005
8. Kantin Latansa dan semua kantin fisipol.
9. Biro iklan Existcomm sebagai objek penelitian atas kelancaran semua penelitian.
10. Seluruh warga komplek Pondok Pinang.

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Imadudin Sunni

Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Merit Plus Oleh Biro Iklan Existcomm Yogyakarta

Tahun Skripsi : 2009.ix halaman + 95 halaman + 3 lampiran

Daftar Kepustakaan : 19 buku + 2 majalah + 3 sumber *online*

Penelitian ini mengenai Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan biro iklan Existcomm terhadap keberhasilan produk merit plus dan keberhasilan dalam meningkatkan loyalitas klien antara lain adalah dengan bauran promosi yaitu dengan periklanan yang dijadikan media utama untuk kampanye pemasaran produk merit plus. TVC Merit Plus versi *Keep Slim* yang kurang lebih satu minggu ditayangkan mendapat *impact* yang bagus dari konsumen PT. Sari Sehat kewalahan karena tingkat permintaan konsumen semakin meningkat menyebabkan produk merit plus habis di pasaran. Media pendukung dalam pelaksanaan bauran promosi produk merit plus, dalam iklan radio produk merit plus bekerja sama dengan stasiun radio lokal yang berada di beberapa kota di Indonesia seperti Jawa timur, Surabaya yaitu dengan cara mengisi acara program *talk show* di radio berisi tentang konsultasi herbal dalam menjaga kelangsingan tubuh. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang telah dilaksanakan oleh biro iklan Existcomm produk merit plus terbilang berhasil sukses dalam meningkatkan penjualan produk merit plus di pasaran selain itu juga biro iklan Existcomm juga terbilang berhasil dalam meningkatkan loyalitas klien hal ini dapat diukur dengan klien yang dari berdiri sampai sekarang kurang lebih selama 6 tahun tetap memakai biro iklan Existcomm sebagai jasa komunikasi pemasarannya.

Key Word : Biro iklan, Produk merit plus, komunikasi pemasaran, loyalitas klien, bauran promosi.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat penelitian.....	8
E. Kerangka teori.....	9
1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Biro Iklan.....	22
3. Loyalitas Klien Biro Iklan.....	25
F. Metodologi Penelitian.....	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Waktu Dan Lokasi Penelitian.....	28
3. Teknik Pengumpulan Data.....	29
4. Informan Penelitian.....	30
5. Teknik Analisis Data.....	30

BAB II	GAMBARAN UMUM PT. EKSIS CIPTA KOMUNIKA	
	A. Sejarah Biro Iklan Existcomm.....	33
	B. Profile Perusahaan.....	36
	C. Visi Dan Misi.....	37
	D. Service.....	39
	E. Struktur Organisasi.....	45
BAB III	SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
	A. Sajian Data.....	52
	1. Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Merit Plus.....	52
	2. Strategi Promosi Produk Merit Plus.....	61
	3. Loyalitas Klien Biro Iklan.....	68
	B. Pembahasan.....	70
	a. Menciptakan Konsep Strategi Targeting, <i>Positioning</i> , Segmentasi.....	71
	b. Strategi Promosi Produk Merit Plus Dalam Mewujudkan Keberhasilan pemasarannya.....	75
	c. Gambaran Proses komunikasi Pemasaran Produk Merit Plus.....	80
	d. Loyalitas Klien Biro Iklan.....	85
	C. Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Merumuskan dan Menerapkan Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Merit Plus.....	90
BAB IV	PENUTUP	

A. KESIMPULAN.....93

B. SARAN.....94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN