

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMPUS INSTITUT
BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE MELALUI
IKLAN RADIO 98.7 GEN FM PERIODE MEI 2013**

Oleh:

Nama : Anthony Bong

NIM : 60090257

Skripsi

**Ditujukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS**

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

Jakarta

September 2015

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS**

PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KAMPUS INSTITUT
BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE MELALUI
IKLAN RADIO GEN FM PERIODE MEI 2013**

Diajukan oleh

Nama : Anthony Bong

NIM : 60090257

Jakarta, 23 September 2015

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing,



(Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2015

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Anthony Bong / 60090257 / 2015 / Strategi Komunikasi Pemasaran Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Melalui Iklan Radio Gen FM Periode Mei 2013 / Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc.

Iklan tentunya merupakan salah satu media yang berperan penting untuk meningkatkan penjualan produk dan menarik perhatian masyarakat. Iklan diluncurkan ke pasaran dalam bentuk audio, visual ataupun keduanya.

Salah satu iklan yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat adalah iklan radio. Perkembangan radio di tanah air sangat menggembirakan karena memberi alternatif luas bagi pendengarnya, sehingga dengan ini radio menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan informasi.

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang menggunakan studi-studi kepustakaan yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Metode ini lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk penelitian generatisasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta membahas lebih lanjut tentang strategi pemasaran iklan radio kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, di mana iklan ini diperdengarkan kepada masyarakatnya yaitu pada awal tahun 2013 lalu melalui stasiun radio Gen FM. Penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara dengan kepala Marketing kampus serta dengan metode observasi.

Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menemukan tujuan dari iklan radio kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, setelah dianalisa menggunakan metode wawancara, di mana tujuan dari iklan radio kampus ini adalah untuk tambahan Branding atau pembangunan merek tentang kampus.

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Anthony Bong / 60090257 / 2015 / Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie's Marketing Communication Strategy Through the Gen FM Radio Ad During the May 2013 Period / Advisor: Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc.

Advertising is definitely one of the most important media to help increase product sales. Advertising goes to the market by using audio, visual, or both.

One of the advertising methods to the purpose of increasing sales is radio advertisement. The development of radio in this country is very encouraging because it gives an alternative to the broad audience, so with this radio is a need for people to get entertainment and information.

The method used for this research is the qualitative research method. The qualitative research method is a method of using literature studies related to the research. This method is focusing more on in-depth understanding of a problem rather than looking at the problem for research generalization.

The purpose of this study is to know and discuss further about radio advertising marketing strategy of "Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie" campus, in which this ad was broadcasted to people that at the beginning of 2013 and through Gen FM radio station. This research was done by interviewing the head of Marketing campus and with the method of observation.

The result of this research is, researcher found out the purpose of the advertisement for "Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie" campus radio advertisement was made, after analyzed by an interview, in which the purpose of the campus radio advertisement is for additional branding or brand building about the campus.





KATA PENGANTAR

© Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Penulis mengucapkan salam kepada semua orang yang membaca skripsi ini. Dengan segala Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, akhirnya penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang merupakan salah satu persyaratan akademis dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penelitian ini tentunya penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang disebutkan berikut ini, yang telah memberikan bimbingan serta dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkatnya, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. *I love You, God. Thanks a lot for your blessing. You're the best.*
2. Orangtua yang senantiasa mendukung segala kegiatan penulis dalam skripsi ini. Terima kasih yang sebesar-sebesarannya kepada orangtua yang telah mendukung baik dari segi materiil maupun moril. *Thank You God, for sending them to me, for supporting me in every single way.*
3. Terima kasih sebesar-sebesarannya kepada bapak Deavvy Johassan, S.Si, M.Si, selaku kepala jurusan Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gie, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan, mulai dari proses menyusun proposal, judul, dan saran dalam penyusunan skripsi ini..

©

Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Terima kasih kepada Ibu Wiratri Anindhita, S.IP., M.Sc., selaku dosen pembimbing. Terima kasih banyak karena sudah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi pemahaman, memberi pengetahuan serta membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
5. Terima kasih kepada Ibu Ellynia, S.E. dan Ibu Morry selaku bagian pemasaran Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang bersedia peneliti mintai data-datanya, yang mendukung untuk penelitian ini.
6. Terima kasih kepada seluruh dosen kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajarkan mata kuliah serta memberikan wawasannya selama perkuliahan.
7. Sahabat-sahabat yang mendukung peneliti dalam penelitian ini. Anita, Dian, Natasha, Agatha, Stefanie, dan kawan-kawan, *God Bless You guys!*
8. Kepada teman-teman yang lain, yang penulis tidak bisa sebutkan namanya satu persatu, yang sudah berjuang bersama penulis serta memberikan dukungan secara moral kepada penulis.. *Thanks a lot, guys! May God Bless You!*
9. Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Masih terdapat kesalahan atas penelitian ini. Oleh karena itu peneliti meminta maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan yang terdapat pada penelitian ini, dan peneliti penulis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sangat menghargai apabila ada saran dan kritik dari semua pihak agar skripsi ini dapat berguna baik sebagai bahan penelitian atau bahan referensi penelitian lainnya, dan menjadi lebih baik lagi serta bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang membutuhkan laporan ini di kemudian hari.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penelitian tentang iklan dan kreatifif. Semoga penelitian ini dapat berguna untuk semua pembaca.

Jakarta, Agustus 2015.

Anthony Bong

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Identifikasi Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Akademis	7
2. Manfaat Praktis	7



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

A. Landasan Teoritis

1. Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>)	8
a. Model Komunikasi Pemasaran	9
b. Pengertian Bauran Pemasaran	13
(1) <i>Product</i>	13
(2) <i>Price</i>	15
(3) <i>Place</i>	16
(4) <i>Promotion</i>	16
B. Radio sebagai Bentuk Komunikasi Massa	25
C. Penelitian Terdahulu	28
D. Kerangka Pemikiran	32

BAB III

METODE PENELITIAN

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Subjek Penelitian	34
B. Metode Penelitian	34
C. Jenis Data	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Teknik Analisis Data	38



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Perkembangan Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie (Kwik Kian Gie *School of Business*) 41

B. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kampus Kwik Kian Gie 46

a. *Website* (Situs *web*) 47

b. Presentasi 47

c. Media Cetak dan Media Elektronik 48

d. Media Sosial (*Social Community*) 48

e. *Support Event* 49

2. Analisis Bauran Pemasaran

a. *People* 50

b. *Process* 50

c. *Physical Evidence* 51

3. Analisis Target Pasar Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie 51

4. Pembahasan 52

C. Hasil Penelitian 60



BAB

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
1. Saran Akademis	63
2. Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR



Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	32

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Lampiran 1. Transkrip Wawancara 68

Lampiran 2. Transkrip Iklan Radio Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Versi Pertama 85

Lampiran 3. Transkrip Iklan Radio Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Versi Kedua 87

Lampiran 4. Bukti Siar Iklan Radio Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
yang disiarkan di stasiun radio 98.7 Gen FM selama periode Mei 2013 89

Lampiran 5. Tampilan halaman *home* dari *website* Kampus Institut Bisnis dan Informatika
Kwik Kian Gie 92

Lampiran 6. Kegiatan Presentasi yang Dilakukan di Sekolah 93

Lampiran 7. Kegiatan *Edufair* 94

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.