

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.KEMANGFOOD
DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK “KEMFOOD “
DI KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Menempuh Ujian

Sidang Program Strata-1



Disusun Oleh :

ELIN SULASTRI

C1021411RB4009

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN ADMINISTRASI
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP
BANDUNG**

2018



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Elin Sulastri

Nomor Induk Mahasiswa : C1021411RB4009

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Skripsi : Strategi komunikasi Pemasaran PT.Kemfood Dalam Mempromosikan Produk sosis “kemfood “ Di Kota Bandung

Bandung, 22 Maret 2018

Menyetujui

Dosen Pembimbing

Witri Cahyati, S.Sos., M.Si

Ketua Program Studi

S1 Ilmu Komunikasi

Witri Cahyati, S.Sos., M.Si.

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI DAN ADMINISTRASI

UNIVERSITAS SANGGABUANA YPKP



PENGESAHAN KELULUSAN

Nama : Elin Sulastri

NPM : C1021411RB4009

Jenis Kelamin : Perempuan

Fakultas : Ilmu Komunikasi dan Administrasi

Jenjang Program : Strata 1 (S1)

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi :Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Kemfood dalam mempromosikan Produk Kemfood di Kota Bandung

Bandung, 22 Maret 2018

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Tatang Sudrajat,. S. IP., M.Si	Ketua Sidang	
2	Witri Cahyati S.Sos., M.Si.	Pembimbing	
3	Adi Permana Sidik, S.I.Kom, M.I.Kom	Penguji 1	
4	Nunung Sanusi, S.Sos, M.Si	Penguji 2	

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan penyertaan-Nya saya dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “ Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Kemfood Dalam mempromosikan Produk Kemangfood di Kota Bandung “ . skripsi ini disusun untuk menyelesaikan program studi S-1 Jurusan Komunikasi pada fakultas Komunikasi Universitas Sangga Buana.

Laporan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung . Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. **Yth. Bapak Dr. H. Deni Nurdyana., Drs, M.Si**, selaku dekan fakultas Ilmu Komunikasi dan Administrasi USB YPKP yang telah memberikan izin untuk melakukan penyusunan Laporan seminar skripsi ini.
2. **Yth. Bapak Drs. Tatang Sudrajat., S. IP., M.Si** selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang memberikan izin untuk melakukan penyusunan Laporan seminar skripsi ini.
3. **Yth. Ibu Witri Caihyani S.Sos, M.Si** selaku ketua jurusan program studi fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sangga Buana yang telah memberikan izin untuk penyusunan kegiatan Laporan seminar skripsi.
4. **Yth. Bapak Adi Permana Sidik, S.I.Kom, M.I.Kom** Selaku Penguji 1 sidang skripsi yang telah Memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
5. **Yth. Bapak Nunung Sanusi, S.Sos, M.Si** selaku penguji 2 sidang skripsi yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
6. **Yth Seluruh staf dosen program studi Ilmu Komunikasi USB YPKP**, yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan seminar skripsi.

7. **Yth. Bp Mugi Prasetya** selaku sekretariat program studi Ilmu Komunikasi USB YPKP yang telah membantu penulis dalam proses perizinan dalam penyusunan laporan seminar skripsi ini.
8. Bapak, Mama, Adik, Kakak, serta seluruh keluarga lainnya yang telah memberikan dukungan dan doa serta kasih sayang sehingga Laporan seminar skripsi ini dapat terselesaikan .
9. Muhammad Wahab suami saya yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk tetap semangat dalam menyusun semua laporan hingga laporan skripsi dapat terselesaikan.
10. Teman – teman yang telah banyak membantu dan memberikan saran-saran yang bermanfaat serta memberikan dukungan moril demi terselesaikannya laporan skripsi ini.

Penulis menyadari laporan seminar skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun saya tunggu dari semua pihak agar penulis lebih baik di masa yang akan datang.

Bandung, 07 Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan teoritis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.6 Kerangka Pemikiran.....	6
1.7 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	10
1.7.1 Metode Penelitian.....	10
1.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	12
1.7.3 Teknik Analisis.....	14
1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	17

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Komunikasi.....	18
---------------------	----

2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	18
2.1.2 Jenis-Jenis Komunikasi.....	22
2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi.....	40
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	43
2.3 Pemasaran.....	48
2.3.1 Pengertian Pemasaran.....	48
2.3.2 Konsep Pemasaran.....	50
2.4 Strategi.....	51
2.5 Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	57
2.5.1 Perencanaan Strategik.....	60
2.5.2 Macam – Macam Perencanaan Pemasaran.....	61
2.6 Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran.....	65
2.6.1 Tugas Dalam Pelaksanaannya.....	68
2.7 Hambatan Komunikasi Pemasaran.....	70

BAB III METODE PENELITIAN DAN OBYEK PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	85
3.1.1 Karakteristik Penelitian Kualitatif.....	87
3.1.2 Ciri-Ciri Khusus Kualitatif.....	87
3.1.3 Penelitian Kualitatif.....	90
3.1.4 Masalah Dalam Penelitian Kualitatif.....	90
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	99
3.3 Obyek Penelitian.....	99
3.3.1 Sejarah dan Perkembangan PT.Kemfood.....	99
3.3.2 Visi Perusahaan.....	101
3.3.3 Misi Perusahaan.....	101
3.3.4 Tata Nilai Perusahaan.....	102
3.3.5 Komoditas Perusahaan.....	102

3.3.6 Etika Bisnis PT.Kemfood.....	103
3.3.7 Komitmen PT.Kemfood	104
3.3.8 Logo Perusahaan.....	116
3.4 Subjek Penelitian.....	117
3.5 Sumber Data.....	117
3.5.1 Data Primer.....	117
3.5.2 Data Sekunder.....	119
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	119
3.7 Teknik Analisis Data.....	121
3.8 Validitas Data.....	123
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	124
4.1.1 Analisis Situasi Bisnis PT.Kemfood.....	125
4.1.2 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran PT Kemfood.....	130
4.1.3 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Kemfood.....	137
4.1.4 Evaluasi terhadap Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Kemfood	143
4.1.5 Hambatan Strategi Komunikasi Pemasara PT.Kemfood.....	148
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	154
5.2 Rekomendasi.....	155
DAFTAR PUSTAKA.....	157
LAMPIRAN.....	165
SURAT IZIN PENELITIAN.....	169
BIODATA PENULIS.....	170

DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Penjualan produk PT Kemfood	2
---	---

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Pemikiran.....	10
3.1 Struktur Organisasi PT.Kemfood.....	105
3.2 Logo Perusahaan.....	116
4.1 Spg Event di Transmart.....	128
4.2 Produk-Produk PT.Kemfood.....	132
4.3 Contoh meeting membahas program promosi.....	135
4.4 Promo Koran Yogya Departemen Store.....	139
4.5 Event Bikerlunch di Warehouse Cafe.....	140
4.6 Event Gratis Bakar di Yogya.....	142
4.7 Promosi Harga Coret.....	143
4.8 Promosi Diskon Presentase.....	143
4.9 Armada Pendistribusian PT.Kemfood.....	150
4.10 Website Mitra Kemfood Sosis Bakar Bandung.....	152
4.11 Website Mitra Kemfood Depo Kemfood	153

LAMPIRAN

1. Kantor PT.Kemfood.....	165
2. Keadaan di dalam kantor PT.Kemfood	165
3. Kegiatan wawancara dengan Kepala Cabang PT.Kemfood.....	166
4. Kegiatan wawancara dengan marketing PT.Kemfood.....	166
5. Surat izin penelitian.....	167
6. Biodata Penulis.....	168

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aksan, H. 2008. *Ide gila marketing*. Jakarta Selatan : Hikmah (PT .Nizan Publika)
- Bower, Jr dan Nisbith, Tubbs. 2013 . *Human Communication 4 Edition*. Newyork: Random House Inc.
- Budiman , Deddy. 2015. *Stand up selling*. Jakarta : Gramedia pustaka utama
- Daryanto dan Rahardjo, Muljo.2016. *Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Gaya Media.
- Dwi Fatimah, Fajar Nuraini . 2016. *Teknik analisis SWOT; pedoman menyusun strategi yang efektif dsan efisien serta cara mengelolakekuatan dan ancaman cetakan1* . Yogyakarta: PT. Quadrant.
- Fajar ,Hanif. 2009. *Managemen komunikasi antar pribadi dalam perusahaan aplikasi teori* Jakarta : Elex Media Computindo
- Hendri ma'ruf ,2006 . *Pemasaran retail* , PT Gramedia Pustaka Utama
- J Paul Peter ,Jerry C.Olson 2014 *Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran* , Jakarta Salemba Empat .
- Kotler, Philip. 2002. *Manafemen Pemasaran Edisi Milenium 2*. Jakarta : PT. Prenbalindo
- Prof.Dr. Djam'ab Satori, M.A .2009 *Metodelogi penelitian kualitatif* Bandung alfabeta
- Shimp Terrence A. 2004. *Periklanan dan promosi Aspek tambahan komunikasi Terpadu Jilid 2* . Jakarta : PT.Erlangga

Dokumen Perusahaan

Arsip PT.Kemfood tahun 2016

Arsip PT.Kemfood tahun 2017

Interet

<https://idtesis.com/metode-deskriptif/> diakses tanggal 4 maret 2018

<https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-rencana-pemasaran-marketing-plan/2335>