

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* DALAM
MENARIK MINAT CALON *TENANT***

(Studi Kasus : The Breeze BSD City)

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Rizky Jansen Suryawan

11140110230

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Analisis Strategi *Marketing Communication* Dalam Menarik Minat Calon
Tenant

(Studi Kasus The Breeze BSD City)

Oleh:

Rizky Jansen Suryawan

Telah diujikan pada hari Jumat, 22 April 2016.

Pukul 13.00 s.d. 14.30 dan dinyatakan lulus

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si.

Calvin Eko Saputro, S.E.

Dosen Pembimbing

A. Yudhie Setiawan, S.E., M.Si.

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN

Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si.

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI

Dengan ini saya :

Nama : Rizky Jansen Suraywan

NIM : 11140110230

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi *Marketing Communication* Dalam Menarik Minat Calon *Tenant* (Studi Kasus: The Breeze BSD City)” merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah orang lain atau lembaga lain dan semua sumber yang saya kutip serta saya rujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila suatu saat terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaa penelitian maupun dalam penulisan laporan penelitian, saya bersedia menerima konsekuensi yaitu dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang saya tempuh.

Tangerang, 1 April 2016

Rizky Jansen Suryawan

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENARIK MINAT CALON *TENANT*

(Studi Kasus : *The Breeze BSD City*)

Oleh

Nama : Rizky Jansen Suryawan

NIM : 11140110230

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : *Public Relations*

Tangerang, 1 April 2016

Dosen Pembimbing

A.Yudhie Setiawan, S.E., M.Si.

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr.Bherta Sri Eko M., M.Si

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Skripsi ini berjudul “Analisis Strategi *Marketing Communication* Dalam Menarik Minat Calon *Tenant* (Studi Kasus: The Breeze BSD City)” dibuat sebagai salah satu persyaratan menempuh gelar (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Hasil skripsi ini juga tidak lepas dari dukungan pihak-pihak yang mendorong, serta memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi dari tahap awal sampai akhir skripsi ini terselesaikan. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, yakni kepada:

1. A.Yudhie Setiawan, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan serta waktunya selama penyusunan skripsi ini.
2. Dr. Bherta Sri Eko M.,M.Si. selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Viktor Irawan, Head of The Breeze BSD City yang telah memberikan kesempatan dan waktu untuk melakukan wawancara sebagai key informan dalam penelitian ini.
4. Nurman Wahyudi dan Stephanie Sicilia selaku narasumber yang membantu peneliti dalam melakukan wawancara terkait skripsi ini.
5. Orangtua dan Keluarga yang telah mendukung dan selalu berdoa atas apa yang dikerjakan anaknya dalam setiap kegiatan yang berkaitan dengan

masalah perkuliahan serta memberikan bantuan financial sehingga penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi dengan lancar.

6. Riandy, Delvin, Yogie, Nickson, Reynold, Blasius, Yolanda, Jansen, Dwi, Michael, Wendy, Andre, Virya, Calvin, Noer, Jek, Retrivia, Cipa, Nina , Icel, Eklesia, Ayu yang selalu mendukung dan memberikan semangat dari proses pembuatan hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, penulis menerima setiap kritik serta saran yang diberikan demi kesempurnaannya skripsi ini dan semoga lapora skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 1 April 2016

Rizky Jansen Suryawan

UMMN

ANALISIS STRATEGI MARKETING COMMUNICATION DALAM MENARIK MINAT CALON TENANT (Studi Kasus: The Breeze BSD City)

ABSTRAK

Oleh: Rizky Jansen Suryawan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya fungsi dari marketing dalam mengkomunikasikan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan baik. Dengan konsep berbeda yang ditawarkan oleh perusahaan tentunya membuat setiap perusahaan merancang setiap strategi yang akan dilaksanakan, tentunya hal tersebut dilatar belakangi oleh setiap kegiatan marketing communications dalam menyediakan berbagai isi pesan ataupun informasi terkait apa yang ingin disampaikan ke publik. The Breeze BSD City yakin bahwa dengan aktivitas marketing communications yang dilakukan dapat dijadikan strategi didalam menarik minat calon tenant atas konsep berbeda yang ditawarkan oleh The Breeze BSD City.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah komunikasi, strategi marketing, marketing mix, segmentation targeting positioning, marketing communication, marketing communication tools, marketing communication planning framework (MCPF), customer relationship management.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi marketing communication yang dilakukan The Breeze BSD City dalam menarik minat calon tenant. Metode penelitian yang dipakai adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi serta diperkuat dengan triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi marketing communications The Breeze BSD City dalam melakukan pull, push, profile strategy, tetapi disimpulkan bahwa profile strategy belum sampai kebenak masyarakat menandakan bahwa awareness dari The Breeze BSD City masih kurang, karena pada dasarnya hal ini merupakan bisnis baru dari Sinarmas Land sehingga para stakeholders masih belum mengetahui tentang hal tersebut.

Kata kunci: strategi marketing communication, marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR, BAGAN DAN TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kerangka Teori.....	15
2.2.1 Komunikasi.....	15
2.2.2 Marketing.....	19
2.2.3 Marketing Mix.....	20

2.2.4	Segmentation, Targeting, Positioning.....	22
2.2.4.1.1	Segmentation.....	22
2.2.4.1.2	Targeting.....	23
2.2.4.1.3	Positioning.....	24
2.2.5	Marketing Communication.....	25
2.2.6	Marketing Communication Tools.....	27
2.2.7	Marketing Communication Planning Framework.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Jenis dan Sifat Penelitian.....	38
3.2	Metode Penelitian.....	40
3.3	Key Informan dan Informan.....	41
3.4	Teknis Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Data Premier.....	43
3.4.2	Data Sekunder.....	43
3.5	Teknis Analisis Data.....	44
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	45
3.7	Fokus Penelitian.....	48
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		
4.1	Gambaran Umum The Breeze BSD City.....	49
4.1.1.	Sejarah The Breeze BSD City.....	49
4.1.2.	Visi dan Misi Sinarmas Land dan The Breeze BSD City.....	51
4.1.3.	Logo The Breeze BSD City.....	53
4.1.4.	Struktur Organisasi The Breeze BSD City.....	55

4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.3 Pembahasan.....	78
4.3.1. Peran dan Fungsi <i>Marketing Communication</i> The Breeze BSD City.....	78
4.3.2. Strategi Marketing Communication The Breeze BSD City.....	83
4.3.3. Menarik Minat Calon Tenant.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	103
5.2.1 Saran Akademis.....	103
5.2.2 Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

1.1 Mall yang Berada Di Kota Tangerang.....	3
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Relasi Antara Bauran Pemasaran Dan Bauran Komunikasi.....	22



UMN

DAFTAR BAGAN

2.1 Alur Pemikiran.....	18
-------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

2.3 <i>Marketing Communication Planning Framework</i> , Chriss Fill (2009).....	34
4.1 Konsep Visual Logo The Breeze BSD City.....	55
4.2 Struktur Organisasi The Breeze BSD City.....	56

UMMN