

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN STARCROSS DISTRO
DALAM MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN
(Studi deskriptif tentang strategi promosi Starcross Distro dalam meningkatkan
omset penjualan)**

*COMMUNICATION STRATEGY OF STARCROSS DISTRO
MARKETING IN IMPROVING SALES INCOME
(Descriptive study of Starcross Distro promotion strategy in increasing sales income)*

SKRIPSI

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Strata satu

Pada

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

BHANU BASWORO

20090530008

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :
Hari : Selasa
Tanggal : 15 Agustus 2017
Tempat : Ruang Editing IK
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

(Zuhdan Aziz, SIP, SSn, MSn.)

Pembimbing I

Penguji I

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

(Budi Dwi Arifianto, S.Sn, M.Sn)

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S-1)
Tanggal, 15 Agustus 2017

(Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.)

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bhanu Basworo

NIM : 20090530008

Konsentrasi : Advertaising

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Starcross Distro Dalam Meningkatkan Omset Penjualan
(Studi deskriptif tentang strategi promosi Starcross Distro dalam meningkatkan omset penjualan)

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar strata satu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Agustus 2017

Penulis
Bhanu Basworo

MOTTO

SELESAIKAN APA YANG SUDAH KITA MULAI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih dan rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan berkat-NYA hingga tugas ini dapat terselesaikan.

Terima kasihku yang melimpah untuk Bapak dan Ibu ku tercinta, tersayang, terkasih yang telah menjadi penyemangat dan motivasi. Yang selalu memberikan restu dan doa yang tiada pernah berhenti.

Terima kasih kepada istriku tercinta, tersayang atas perhatianmu serta atas kesabaranmu menemani ku dalam menyelesaikan kuliah dan tugas ini mulai dari awal hingga akhir. Yang selalu mengingatkan dan menegur disetiap kelalaian dan ketidaksadaranku.

Terima kasih kepada anak – anak ku yang selalu memberikan ayah motivasi agar selalu semangat dalam menyelesaikan tugas ayah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDU.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iv
DEDIKASI	v
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAKSI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Teori	8
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	8
2. Bauran Komunikasi Pemasaran	9
F. Metode Penelitian	15
1. Jenis Penelitian	15
2. Lokasi Penelitian	16
3. Teknik Pengumpulan Data	16
4. Dokumentasi	17
5. Teknik Analisis Data	20
BAB II GAMBARAN UMUM STARCROSS DISTRO	22
A. Profil Starcross	22
B. Visi dan Misi Starcross	23
C. Distribusi	24
D. Struktur Organisasi Starcross	27
E. Logo	28
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29

A. Sajian Data	29
1. Proses Penentuan Strategi Komunikasi Pemasaran	29
2. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran	39
B. Pembahasan	60
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81