

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BIRO IKLAN FLOCK COMPANY

JAKARTA DALAM MENDAPATKAN KLIEN NASIONAL TAHUN 2017

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Nabila Linati Fajri

20140530090

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabila Linati Fajri

NIM : 20140530090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Advertising

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Flock Company Jakarta dalam Mendapatkan Klien Nasional Tahun 2017

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Flock Company Jakarta dalam Mendapatkan Klien Nasional Tahun 2017” bedasarkan hasil penelitian, pemaparan asli dari saya sendiri, seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar dan jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 23 Agustus 2018

Penulis

Nabila Linati Fajri

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 29 Agustus 2018

Tempat : Ruang Negosiasi

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua,

Zuhdan Aziz, S.IP, S.Sn., M.Sn

Penguji I,

Penguji II,

Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA

Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Terdapat banyak pihak yang membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui tulisan berikut, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan fisik dan mental sehingga Bela dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak dan Mama, donator finansialku tercinta yang selalu sabar juga support segala kegiatan Bela, terimakasih banyak. Dek tata juga Ajul yang laptopnya suka aku pinjam, terimakasih banyak.
3. Pak Zuhdan pembimbing terbaik yang selalu sabar dan sabar. Maaf jika Bela banyak rewel di chat buat bimbingan terus, hehe.
4. Terimakasih buat mas Erwan, mentor OAO terbaik sekaligus penguji skripsi terbaik yang selalu menyempatkan waktu untuk bimbingan.
5. Terimakasih buat Mas Zein, penguji terbaik yang sudah menyempatkan waktunya serta memberikan masukan-masukan yang membangun penelitian ini.
6. **CINTA LARAS CIPTA MAHGUSTI! TERIMAKASIH BANYAK SUDAH MENJADI PARTNER MAGANG HINGGA SKRIPSI. KAMU PARTNER KUDA TERBAIK! SEE YA DI JAKARTA, AMIN.**

7. Nyoman Kurnia Widiasih, Copywriter panutanku. Terimakasih banyak udah bimbing laporan dari magang hingga skripsi ini.
8. Jazzlyn, Chaca, Nike, Mas Arsyad dan seluruh tim *creative* Flock Company yang sudah memberi kesempatan Bela sampai sekarang, terimakasih banyak buat waktu dan data-datanya.
9. Kak Arshi, Mas Wira, Kuncoro, Sally dan seluruh keluarga pojok busana Mccann Jakarta, terimakasih buat data juga kesempatannya.
10. NATHANIA VITA! TERIMAKASIH MAK VITA YANG RUMAHNYA SELALU TERBUKA UNTUKKU! KAMU MAMAK TERBAIK!
11. LAILATUL MUSFIROH! PARTNER NGIKLANKU! AKU SEMANGAT SKRIPSIAN KARNA GAMAU KALAH SAMA KAMU! AYO KITA BEKERJA KERAS, AGAR MENJADI CEO DI MASA DEPAN!
12. AYU SEPTIANI! TERIMAKASIH BANYAK BUAT POSITIF SUPPORTNYA! SELALU POSITIF YA!
13. Terimakasih buat Rizki Ichwan, Yongki, Rizki Putra, Iqbal itam, dan teman – teman lainnya yang sudah sering aku repotkan.
14. Terimakasih banyak banyak Rizka Virli, Rizka Wirawan, juga Asri Hakiki, dan teman-teman aktif social media lainnya yang selalu bikin aku pengen cepat selesai kaya kalian, kalian hiburanku. Terimakasih.

15. Terimakasih buat RWE Bhinda Jogja yang selalu menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini, juga *support* dalam percetakan lembar demi lembar revisi skripsi ini.
16. Terimakasih banyak kepada Ayu, Diska, Titis yang udah nemenin skripsian dari awal, nemenin nginap di jakal dan sebagainya.
17. Terimakasih buat teman-teman TEGMA atas *challenge*-nya mengerjakan skripsi sambil bikin *deck pitching* hahaha.
18. Terimakasih buat pak Jono, yang selalu sabar menerima keterlambatan berkas Bela.
19. Terimakasih banyak buat semua yang selalu Bela repotkan dalam banyak hal.

Terimakasih banyak!

Yogyakarta, 23 Agustus 2018

Penulis

Nabila Linati Fajri

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Flock Company Jakarta dalam Mendapatkan Klien Nasional Tahun 2017.” Penelitian ini guna untuk melengkapi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata-1, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosisal dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Proses penetapan judul, penelitian, hingga penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Berkenaan dengan hal tersebut, pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr.Ir.Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr.Titin Purwaningsih, S.IP.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP.,S.Sn.,M.Sn., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, memberikan motivasi untuk segera lulus,

serta meluangkan banyak waktu untuk membimbing penulis dengan sabar hingga akhir ini.

5. Mas Zein Mufarrih Muktaf., S.IP., M.I.K., serta mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA., selaku Dosen penguji yang telah memberikan masukan dan juga arahan yang membangun kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah mengajar dan memberikan banyak ilmu kepada penulis, serta staff Jurusan ilmu Komunikasi yang banyak membantu penulis perihal administrasi selama perkuliahan hingga selesai.
7. Seluruh keluarga Flock Company Jakarta yang telah banyak support dalam hal penelitian ini.

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan untuk peneliti selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, 08 Mei 2018

Penulis

Nabila Linati Fajri

MOTTO

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

MAN JADDA WAJADA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
HALAMAN PERSEMBAHAN	IV
KATA PENGANTAR.....	VII
MOTTO	IX
ABSTRAK	X
BAB 1 PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah.....	13
Tujuan Penelitian	13
Manfaat Penelitian	14
1. Manfaat Teoritis	14
2. Manfaat Praktis.....	14
Kerangka Teori.....	15
1. Periklanan	15
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	20
3. Relationship Marketing	27
Metodologi Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian	31
2. Subyek Penelitian	32
3. Teknik Pengumpulan Data.....	34
4. Teknik Analisis Data	35
5. Uji Validitas Data	37
BAB II DESKRIPSI UMUM PERUSAHAAN.....	38
Profil Flock Company Jakarta.....	38
Logo Flock Company Jakarta.....	42
Struktur Organisasi Flock Company	43
Lain – lain.....	48
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	52
Sajian Data.....	52
1. Periklanan di Indonesia	53

3. Relationship Marketing	60
B. Pembahasan.....	63
2. Analisis Komunikasi Pemasaran Biro Iklan Flock Company	72
3. Analisis Relationship Marketing	75
BAB IV PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sektor Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Flock Company	8
Gambar 1. 3 Jalur Cepat Flock	9
Gambar 1. 4 Beberapa Klien Flock Company Jakarta 2016-2017.....	10
Gambar 1. 5 Beberapa Klien Bujukrayu Jakarta 2013-2017	10
Gambar 1. 6 Flock Company dibalik kampanye Tokopedia	11
Gambar 2. 1 Flock Company	38
Gambar 2. 2 Pendiri Flock Company Jakarta	39
Gambar 2. 3 Ruang Flock Creative.....	41
Gambar 2. 4 Logo Flock Company Jakarta	42
Gambar 2. 5 Saat Produksi TVC Djarum	46
Gambar 2. 6 Flock Berbagi di SOS Childern Village Indonesia, Cibubur	48
Gambar 2. 7 Flock Buka Bersama	49
Gambar 2. 8 Flock Outbond di Bogor.....	50
Gambar 2. 9 Flock Outing di Thailand.....	50
Gambar 2. 10 Flock Sharing Session bersama Mahasiswa Universitas Petra, Surabaya tahun 2017	51
Gambar 3.1 Update Daftar Klien Baru Tahun 2017-2018	59
Gambar 3. 2 Flock Akuisisi Rsquare.....	74
Gambar 3. 3 Ekspansi Tim Internal Flock Company	75
Gambar 3.4 Story board Tokopedia	64
Gambar 3. 5 Radio ad Tokopedia	74
Gambar 3. 6 Result Campaign Tokopedia	75

DAFTAR DIAGRAM DAN TABEL

Daftar Diagram

Diagram 1. 1 Riset GetCRAFT Terkait Penggunaan Internet Masyarakat Indonesia	6
---	----------

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Pendorong Kenaikan Tertinggi Nilai Belanja Iklan Tahun 2017	4
Tabel 2. 1 Struktur Organisasi Flock Company	43
Tabel 3. 1 Data Unit Perusahaan Baru Flock Company	74