

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Claudia Dewi Larasati

No. Mahasiswa : 20140530072

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat
Konsumen Millennial Melalui *Venue Sevensky* Di Lippo
Mall Jogja Tahun 2017-2018

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta,.....

Claudia Dewi Larasati

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Rabu


Tanggal : 5 Desember 2018

Tempat : Ruang Nego

Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI


Ketua


Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM

Penguji I

Penguji II


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


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

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi Tanggal 5 Desember 2018

Mengesahkan


Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Harvadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

HALAMAN PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menrik Minat Konsumen Millenial Melalui Venue Sevensky Di Lippo Mall Jogja Tahun 2017-2018** dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan sekaligus sebagai penerapan teori-teori yang telah penulis peroleh selama berada di bangku kuliah. Ucapan terimakasih penulis berikan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu dalam proses studi dan penulisan skripsi ini. Tentunya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, SIP., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi

4. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah sedia meluangkan waktu untuk membimbing, serta memberi saran, kritik dan dukungan selama bimbingan skripsi ini
5. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn selaku dosen penguji 1 atas saran dan arahnya mengenai skripsi ini
6. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn selaku dosen penguji II atas saran dan arahnya mengenai skripsi ini
7. Para staf dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
8. Lippo Mall Jogja khususnya bagian kepengurusan *Venue Sevensky* yang telah bersedia membantu dan menjadi objek penelitian penulis

Tanpa bantuan dari pihak-pihak terkait, tentunya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan dalam skripsi ini. Kedepannya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Sekian dan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta,.....

Claudia Dewi Larasati
20140530072

HALAMAN MOTTO

“Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.” - Winston Churchill

“Bersabarlah. Sesungguhnya Tuhan berterima kasih kepadamu yang bersabar di dalam kesulitan dan kepedihan hatinya. Karena kesabaranmu adalah tanda bahwa engkau percaya bahwa Tuhan sedang menyusun sesuatu yang lebih baik bagi diri dan kehidupanmu.” - Mario Teguh

“Raihlah ilmu, dan untuk meraih ilmu belajarlah untuk tenang dan sabar.” - Khalifah ‘Umar

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat serta ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama perkuliahan hingga disusunnya skripsi ini, kepada :

1. Allah SWT. Dengan segala kebesaran dan kuasanya penulis bisa menyelesaikannya skripsi ini hingga batas kemampuan yang penulis miliki.
2. Ibu saya, Siti Nur Zulaikha yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat , wejangan, dan mengajarkan saya untuk selalu berusaha dan bertanggung jawab dengan apa yang telah saya ambil.
3. Bapak saya, Eddy Yujono Murti yang selalu memberikan dukungan dan selalu tidak berhenti untuk mendoakan saya agar selalu bersemangat hingga skripsi ini terselesaikan
4. Calon suami saya, Tito Rama Maydhike yang selalu memberikan dukungan, motivasi, doa dan selalu membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM selaku dosen pembimbing saya. Terimakasih yang sangat dalam atas sabar telah membimbing saya. Terimakasih yang sangat dalam selalu meluangkan waktu untuk membimbing saya hingga skripsi ini terselesaikan.

6. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn selaku dosen penguji I, terimakasih atas segala saran serta kritik yang diberikan kepada saya, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn selaku dosen penguji II, terimakasih atas segala saran serta kritik yang diberikan kepada saya, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
8. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi.
9. Seluruh dosen pengajar Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terimakasih atas ilmu yang diberikan mulai dari semester 1 hingga semester 8.
10. Lippo Mall Jogja yang telah bersedia menjadi objek penelitian saya.
11. Bapak Nazwar Basri Zulfi serta Mas Adit yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam mengambil data.
12. Niza Nazati Nailul Mumtazati yang telah bersedia membantu saya untuk mengerjakan skripsi bersama hingga larut malam.
13. Endrax Dwi Kurniawan, Rizka Wirawan, Rahmat Ponco Merdekawan, Aisha Wai Yasmin, Tanjung Kusuma serta Fatimah Puspita yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

14. Terimakasih pula untuk staf Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam segala proses penyelesaian skripsi ini.
15. Terimakasih juga untuk teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi yang selalu berjuang bersama untuk menyelesaikan kuliah ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGANTAR.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii

BAB I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	7
E. KAJIAN TEORI.....	8
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	8
1.1 Komunikasi Melalui Strategi Pemasaran.....	10
1.2 Kontribusi <i>Public Relation</i> dalam Bauran Pemasaran.....	11
2. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	12
2.1 Periklanan.....	14
2.2 Respons Langsung.....	14

2.3	Publisitas.....	15
2.4	<i>Personal Selling</i>	15
3.	Proses Perencanaan Pemasaran.....	15
3.1	Analisis Situasi.....	16
3.2	Segmentasi Pasar.....	17
3.2.1	Segmentasi Geografik.....	17
3.2.2	Segmentasi Demografik.....	17
3.2.3	Demografik Psikografik.....	17
3.2.4	Segmentasi Tingkah Laku.....	18
3.3	Analisis Pesaing.....	18
3.4	Analisis Proses Komunikasi.....	18
3.5	Merencanakan Program <i>IMC</i>	20
3.6	Pengawasan dan Evaluasi.....	21
4.	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	21
5.	Strategi Untuk Komunikasi Pemasaran yang Efektif.....	23
6.	Generasi Millenial.....	24
7.	Ciri dan Karakteristik Generasi Millenial.....	26
8.	Kelebihan dan Kekurangan Generasi Millenial.....	28
8.1	Kelebihan Generasi Millenial	28
8.2	Kekurangan Generasi Millenial.....	29
F.	METODE PENELITIAN.....	31
1.	Jenis Penelitian.....	31
2.	Objek Penelitian.....	31
3.	Lokasi Penelitian.....	32
4.	Teknik Pengumpulan Data.....	32

5.	Informan Penelitian.....	33
6.	Jenis Data.....	33
7.	Teknik Analisis Data.....	34
8.	Validitas Data.....	36

BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A.	Sejarah Perusahaan Lippo Mall Jogja.....	38
B.	Profil Perusahaan Lippo Mall Jogja.....	39
C.	Visi dan Misi Lippo Mall Jogja	40
1.	Visi Lippo Mall Jogja.....	40
2.	Misi Lippo Mall Jogja.....	40
D.	Keunggulan Lippo Mall Jogja.....	40
E.	Peta LokStruktur Organisasi Lippo Mall Jogja.....	41
F.	Penyewa dan Fasilitas di Lippo Mall Jogja.....	41
G.	Demografis Pengunjung.....	43
H.	Struktur Organisasi	43
I.	Jobdesk.....	44

BAB III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A.	SAJIAN DATA.....	58
1.	Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Venue Sevensky</i>	58
1.1	Faktor Penghambat dan Faktor Pendukung	62
2.	Proses Perencanaan Pemasaran.....	63
3.	Kontribusi <i>Public Relation</i> Dalam Bauran Pemasaran.....	67
4.	Tujuan Komunikasi Pemasaran Lippo Mall Jogja.....	68
5.	Strategi Untuk Komunikasi yang Efektif.....	69
6.	Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	71

7. Generasi Millennial.....	72
B. ANALISIS DATA.....	90
1. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Venue Sevensky</i>	90
2. Proses Perencanaan Pemasaran.....	91
2.1 Analisis Situasi.....	91
2.2 Segmentasi Pasar	92
2.2.1 Segmentasi geografik.....	93
2.2.2 Segmentasi Tingkah Laku.....	94
2.3 Analisis Pesaing.....	94
2.4 Analisis Proses Komunikasi.....	95
2.5 Merencanakan Program IMC.....	97
2.6 Pengawasan dan evaluasi.....	98
3. Kontribusi <i>Public Relation</i> dalam Bauran Pemasaran.....	99
4. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Venue Sevensky</i>	100
5. Strategi Untuk Komunikasi yang Efektif.....	102
6. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	104
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. KESIMPULAN	109
B. SARAN	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Komponen Strategi Komunikasi.....	23
Bagan 2.1	Struktur Organisasi Lippo Mall.....	44
Bagan 3.1	Presentase Pengunjung Lippo Mall Jogja.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Media Promosi Melalui Instagram Official <i>Venue Sevensky</i>	5
Gambar 1.2	Media Promosi Melalui Instagram Lippo Mall Jogja.....	5
Gambar 3.1	Acara Pesta Durian 1.....	70
Gambar 3.2	Acara Pesta Durian 2.....	70
Gambar 3.3	Spot foto yang ada di <i>Sevensky</i>	92
Gambar 3.4	Spot foto yang ada di <i>Sevensky</i>	92
Gambar 3.5	Jumlah Perbedaan <i>Followers Instagram (Venue Sevensky)</i>	95
Gambar 3.6	Jumlah Perbedaan <i>Followers Instagram Canting</i>	95
Gambar 3.7	Promosi Public Figure (Indonesia Idol).....	96
Gambar 3.8	Strategi untuk lebih dekat dengan pengunjung.....	103
Gambar 3.9	Acara Nonton Bareng Bola.....	103
Gambar 3.10	Acara Lomba <i>Vidgram</i>	103
Gambar 3.11	Foto pengunjung <i>venue sevensky</i>	106
Gambar 3.12	Foto <i>viewrs sevensky</i>	106
Gambar 3.13	Foto <i>like sevensky</i>	106
Gambar 3.14	Foto komentar <i>sevensky</i>	106
Gambar 3.15	Bentuk komunikasi publik.....	108