



**STRATEGI PERIKLANAN MEDIA LUAR RUANG PADA
PERUSAHAAN ROKOK GAGAK HITAM
BONDOWOSO**

*(Advertising Strategic on Outdoor Media in Cigarette Corporation Gagak Hitam
Bondowoso)*

SKRIPSI

Oleh

**Ulul Miftahul Huda
NIM 070910202044**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**STRATEGI PERIKLANAN MEDIA LUAR RUANG PADA
PERUSAHAAN ROKOK GAGAK HITAM
BONDOWOSO**

*(Advertising Strategic on Outdoor Media in Cigarette Corporation Gagak Hitam
Bondowoso)*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

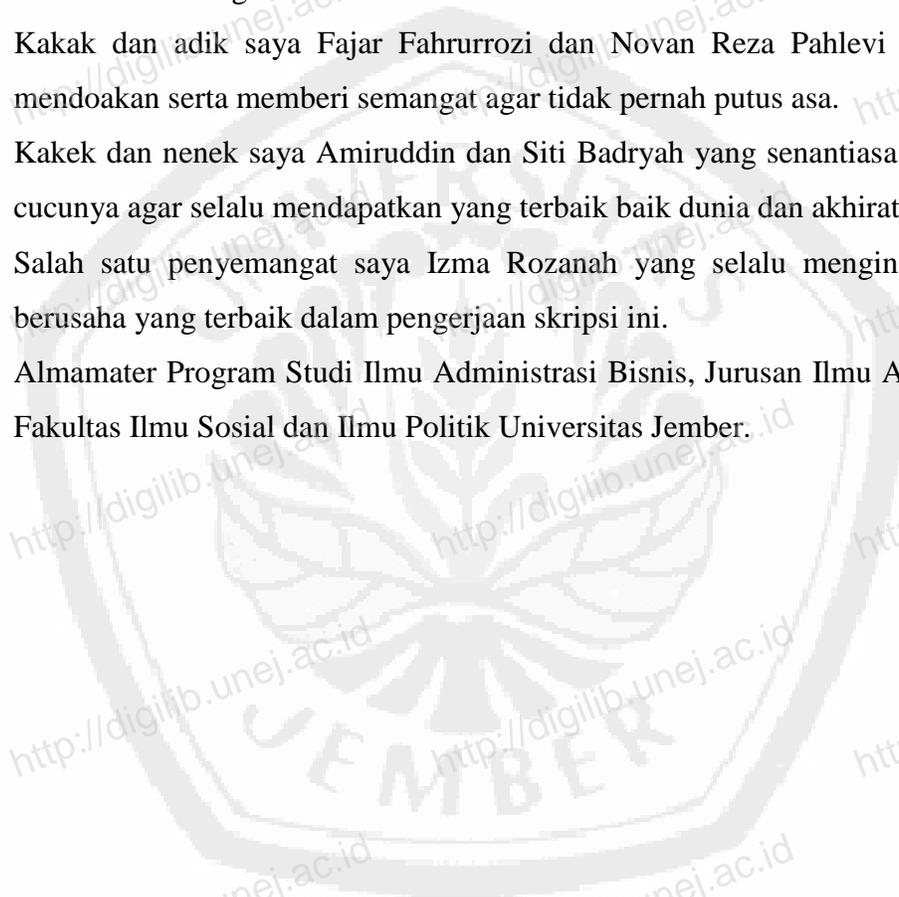
**Ulul Miftahul Huda
NIM 070910202044**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERSEMBAHAN

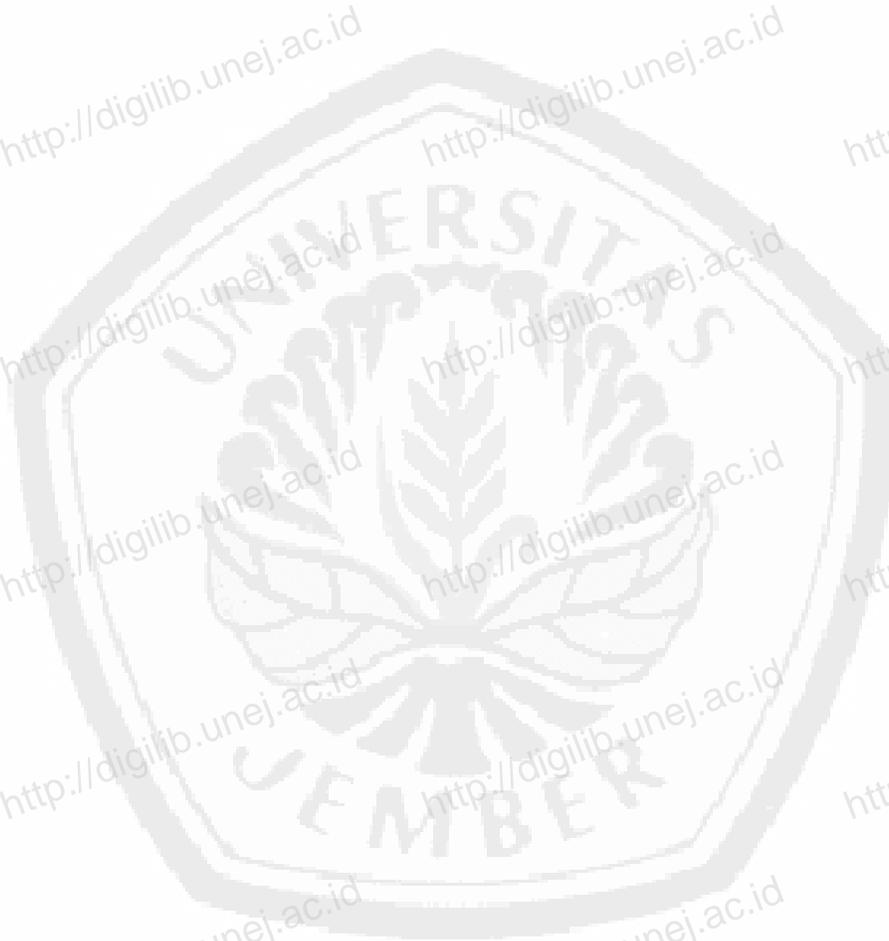
Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Siti Maisaroh dan Ayahanda Sutoyo yang tidak pernah lelah mendoakan, memberi semangat serta kasih sayangnya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kakak dan adik saya Fajar Fahrurrozi dan Novan Reza Pahlevi yang selalu mendoakan serta memberi semangat agar tidak pernah putus asa.
3. Kakek dan nenek saya Amiruddin dan Siti Badryah yang senantiasa mendoakan cucunya agar selalu mendapatkan yang terbaik baik dunia dan akhirat.
4. Salah satu penyemangat saya Izma Rozanah yang selalu mengingatkan agar berusaha yang terbaik dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Almamater Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.



MOTO

“Sekali Anda memperoleh informasi, Anda memilikinya. Anda mempunyainya dan menyimpannya dalam ingatan”¹



¹ Sobur, Alex., 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ulul Miftahul Huda

NIM : 070910202044

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Strategi Periklanan Media Luar Ruang Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 12 April 2012
Yang menyatakan,

Ulul Miftahul Huda
NIM 070910202044

SKRIPSI

**STRATEGI PERIKLANAN MEDIA LUAR RUANG PADA
PERUSAHAAN ROKOK GAGAK HITAM
BONDOWOSO**

*(Advertising Strategic on Outdoor Media in Cigarette Corporation Gagak Hitam
Bondowoso)*

Oleh

**Ulul Miftahul Huda
NIM 070910202044**

Pembimbing

**Dosen Pembimbing Utama
Dosen Pembimbing Anggota**

**: Dra. Sri Wahyuni, M. Si
: Drs. Didik Eko Julianto, M.AB**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Periklanan Media Luar Ruang Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Selasa, 01 Mei 2012

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP 19540202 198403 1 004

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP 19560409 198902 2 001

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP 19610700 198902 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Yuslinda Dwi H, S. Sos., M.AB
NIP 19790919 200812 2 001

Drs. Poerwanto, MA
NIP 19490715 198403 1 002

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Strategi Periklanan Media Luar Ruang Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso; Ulul Miftahul Huda; 070910202044; 2012; 73 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Iklan merupakan salah satu bentuk pemasaran yang digunakan dalam memperkenalkan suatu produk. Iklan mempunyai fungsi sebagai informasi, memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan suatu produk. Penggunaan media iklan juga menentukan dalam penyampaian materi pesan iklan. Ada 2 macam bentuk media iklan, yaitu media lini atas (*above the line*) dan media lini bawah (*below the line*). Media lini atas (*above the line*) masih terdapat pembagian lagi yaitu media elektronik, media cetak dan media luar ruang. Media lini bawah (*below the line*) terdiri dari *direct mail*, pameran, *point of display material*, kalender, agenda, gantungan kunci, atau tanda mata. Penelitian ini lebih mengkhususkan pada media iklan luar ruang yang digunakan oleh Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso meliputi spanduk, *banner* toko, *neon box*, poster, baliho, papan reklame atau *billboard*, umbul-umbul dan iklan angkutan. Materi pesan iklan tersebut awal mulanya dirumuskan oleh tim riset dari perusahaan dan selanjutnya melakukan pembuatan media dan pemasangan pada lokasi-lokasi tertentu yang menjadi fokus sasaran dari perusahaan.

Sasaran jangka panjang dari Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso dalam penggunaan media iklan luar ruang dalam pemasaran adalah untuk dapat menciptakan citra merek terhadap konsumen dan dalam jangka pendek hanya berfungsi sebagai pesan informatif, mengingatkan dan membujuk atau mempengaruhi. Agar kedua sasaran tersebut dapat diperoleh dalam sekaligus, perusahaan memerlukan strategi periklanan dalam melaksanakan kegiatan iklan

tersebut. Proses pembuatan strategi periklanan media luar ruang yang digunakan oleh Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso berawal dari adanya tim riset.

perusahaan memerlukan strategi periklanan dalam melaksanakan kegiatan iklan tersebut. Proses pembuatan strategi periklanan media luar ruang yang digunakan oleh Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso berawal dari adanya tim riset oleh Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso berawal dari adanya tim riset dari divisi pemasaran dalam mengukur dan merumuskan dari berbagai bentuk kegiatan pemasaran. Kegiatan tersebut berupa pengumpulan informasi segmentasi pasar dan selanjutnya diarahkan pada pasar sasaran berdasarkan tujuan dari perusahaan. Setelah di dapat arah pasar sasaran mereka, informasi tersebut yang akan dijadikan pedoman dalam pembuatan media iklan luar ruang. Perusahaan Rokok Gagak Hitam melakukan strategi iklan pada penonjolan logo perusahaan berupa tulisan dan simbol burung gagak hitam. Setelah rumusan materi pesan iklan selesai dilanjutkan dengan penentuan lokasi penempatan iklan media luar.

Pelaksanaan strategi penentuan lokasi iklan media luar ruang secara umum ditempatkan pada posisi-posisi strategis, yaitu pada titik-titik keramaian dan ruang-ruang publik. Misalnya pada pasar, berbagai kegiatan yang disponsori oleh perusahaan, tempat ibadah, dan instansi pemerintahan. Salah satu strateginya adalah penempatan lokasi iklan media luar ruang pada instansi pemerintah daerah. Sekarang ini instansi yang sudah bekerja sama dengan perusahaan adalah kantor Polisi Sektor (Polsek) dan tempat Satuan Lalu-Lintas (Satlantas) di Bondowoso dan kabupaten yang menjadi wilayah pemasarannya. Kerja sama yang sudah berjalan selama 5 tahun ini menggunakan media iklan luar ruang berjenis papan reklame dan *neon box*. Inisiatif untuk menempatkan iklan media luar ruang di seluruh lokasi tersebut sebagai bentuk kontribusi perusahaan terhadap Kabupaten Bondowoso dalam pembentukan ikon produk lokal asli Bondowoso. Selain itu, dengan kerjasama tersebut perusahaan juga dapat membatasi ruang gerak iklan media luar ruang produk lain terutama produk yang sejenis.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Periklanan Media Luar Ruang pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso” untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku dosen pembimbing utama atas kesabaran untuk meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB, selaku dosen pembimbing anggota yang juga memberikan pengarahan, bimbingan dan diskusi mengenai permasalahan dalam penelitian demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Drs. Sutrisno, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan pengarahan dan bimbingan selama menjadi mahasiswa.
7. Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso karena telah diijinkan untuk melakukan penelitian.
8. Bapak M. Shohib selaku manajer pemasaran Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi data seputar penelitian.

9. Bapak Bayu Graha selaku manajer operasional pemasaran yang telah bersedia meluangkan waktu untuk di wawancara seputar pelaksanaan kegiatan iklan media luar ruang.
10. Teman-teman Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2007 yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk berkumpul di kantin FISIP untuk sekedar berdiskusi kecil dalam memberikan masukan.
11. UKPKM Tegalboto, Kontrakan Persatuan Pers Mahasiswa Indonesia (PPMI) Kota Jember dan Rumah Baca “Tikungan” yang telah memberikan secuil ‘Pencerahan’ sehingga saya dapat sedikit mengerti makna dibalik hidup ini.
12. UKM Beladiri “Kempo” Universitas Jember yang telah memberikan ilmu seni beladiri Jepang.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, April 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	9
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	12
2.3.1 Iklan	12
2.3.2 Promosi Penjualan	15

2.3.3	Hubungan Masyarakat (Humas)	16
2.3.4	<i>Personal Selling</i>	16
2.4	Strategi Pemasaran	17
2.5	Media	18
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
BAB 3. METODE PENELITIAN		
3.1	Tipe dan Jenis Penelitian	24
3.2	Tahap Persiapan	
4.2.1	Studi Kepustakaan	25
4.2.2	Penentuan Lokasi Penelitian	26
4.2.3	Observasi Penelitian	26
4.2.4	Karakteristik Informan	26
3.3	Tahap Pengumpulan Data	28
3.4	Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	29
3.5	Tahap Analisis Data	30
3.6	Alur Penelitian	32
3.7	Tahap Penarikan Kesimpulan	32
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Analisis Domain	
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.2	Lokasi Perusahaan	35
4.1.3	Organisasi Perusahaan	36
4.1.4	Kegiatan Produksi	41
4.1.5	Sumber Daya Manusia (SDM) dan Umum	44
4.1.6	Kegiatan Pemasaran	56

4.2 Analisis Taksonomi	
4.2.1 Kegiatan Iklan Media Luar Ruang	50
4.2.2 Perencanaan Strategis Periklanan Luar Ruang	58
4.3 Interpretasi	59
4.3.1 Perumusan Materi dan Penempatan Lokasi Iklan Media Luar Ruang	59
4.3.2 Strategi Periklanan Media Luar Ruang Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso	68
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Daftar perusahaan rokok di Kab. Bondowoso	4
1.2 Penggolongan jumlah produksi pabrik	5
2.1 Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang	22
3.1 Analisa Domain Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso	31
3.2 Analisis Taksonomi Strategi Periklan Media Luar Ruang	31
4.1 Hasil Penjualan Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso	42
4.2 Jumlah karyawan Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso	45
4.3 Armada transportasi di masing-masing Depo	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model sederhana proses pemasaran	9
3.1 Alur penelitian Strategi Periklanan Media Luar Ruang Perusahaan Rokok Gagak Hitam Bondowoso.....	32

