



**IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
PRODUK PROPERTI THE ARGOPURO JEMBER**

***IMPLEMENTATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
PROPERTY PRODUCT OF THE ARGOPURO JEMBER***

SKRIPSI

Oleh

**Hendrial
NIM 060910202051**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
PRODUK PROPERTI THE ARGOPURO JEMBER**

***IMPLEMENTATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
PROPERTY PRODUCT OF THE ARGOPURO JEMBER***

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-I
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

Hendrial
NIM 060910202051

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Elnamawati dan Almarhum Ayahanda Edy Gendut tercinta, yang telah mendoakan dan memberikasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Rafli dan sekeluarga yang memberikan bantuan dan dorongannya hingga aku bisa menempuh pendidikan di bangku kuliah
3. Kakak dan adik tercinta Eldian, Dina Yuniarti yang telah memberi kasih sayang dan bantuannya hingga aku bisa menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi hingga selesai
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

MOTTO

“Hal terpenting dalam berkomunikasi adalah mendengar apa yang tidak terucap”

(Peter Drucker)¹

“Jika anda dapat memimpikannya, anda dapat melakukannya. Ingatlah, semua ini diawali dengan seekor tikus, tanpa inspirasi kita akan binasa”

(Walt Disney)²

¹ Seni Ngobrol dari Jhon Maxwell (Tips Komunikasi).2009. Jakarta : www.antonhuang.com

² Kata-kata bijak CEO dunia.2010. . jakarta : [http.wilmen46.wordpress.co](http://wilmen46.wordpress.co)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : HENDRIAL

Nim : 060910202051

Menyatakan bahwa skripsi yang **Berjudul Implementasi *Integrated Marketing Communication* Produk Properti The Argopuro Jember** adalah benar – benar hasil karya sendiri, kecuali disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan siakap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapundan bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Februari 2011

Hendrial
NIM.060910202051

**IMPLEMENTASI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION*
PRODUK PROPERTI THE ARGOPURO JEMBER**

***IMPLEMENTATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
PROPERTY PRODUCT OF THE ARGOPURO JEMBER***

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S-I
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

Hendrial
NIM 060910202051

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM
Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Didik Eko Julianto, MAB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Implementasi *Integrated Marketing Communication* Produk Properti The Argopuro Jember” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Rabu, 23 Februari 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Dr. Sasongko, M. Si
NIP. 195704071986091001

Dr. Edy Wahyudi, S. Sos, MM
NIP. 197508252002121002

Anggota Penguji:

1. Drs. Didik Eko Julianto, MAB (.....)
NIP. 196107001989021001
2. Dra. Sri Wahyuni, M. Si (.....)
NIP. 195604091987022001
3. Ika Sisbintari, S. Sos, M.AB (.....)
NIP. 197402072005122001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP. 195207271981031003

RINGKASAN

Penelitian dengan judul “Implementasi *Integrated Marketing Communication* Produk Properti The Argopuro Jember” oleh Hendrial; 060910202051, 2011, Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi *integrated marketing communication* Pada Produk Properti The Argopuro berupa rumah, kavling dan rubiz (rumah bisnis). Penelitian Ini dilakukan pada *Marketing Office* The Argopuro yang juga merupakan kantor dari PT. Argopuro Karya Kencana Utama selaku *developer* The Argopuro dengan menggunakan metode penelitian kualitatif mengenai pelaksanaan program-program komunikasi pemasaran terintegrasi pada produk Properti The Argopuro. Deskripsi penelitian ini menjelaskan tentang pelaksanaan komunikasi pemasaran terintegrasi pada produk properti The Argopuro Jember. Penelitian menggunakan analisis tiga alur, dengan menyajikan data mengenai element *integrated marketing communication* yang dilaksanakan dan program-program yang dilaksanakan di dalamnya. Elemen *Integrated marketing communication* yang digunakan antara lain; periklanan, promosi penjualan, publisitas/*public relation* , penjualan pribadi dan pemasaran langsung. Adapun langkah-langkah analisis data yaitu reduksi data, display/penyajian data, kesimpulan dan kemudian kebenarannya melalui teknik triangulasi yaitu membandingkan perolehan data temuan dari perusahaan dengan hasil wawancara dengan informan terkait dalam pelaksanaan *integrated marketing communication*. Hasil penelitian menunjukkan gambaran mengenai *integrated marketing communication* produk properti The Argopuro. Sarana *integrated marketing communication* produk properti The Argopuro periklanan melalui billboard, brosur, koran, penjualan pribadi melalui sales, pemasaran langsung, sponsorship dan lain-lain. Media yang digunakan bermacam-macam dan disesuaikan dengan anggaran dan rencana pemasaran. Hal ini berarti komunikasi pemasaran terintegrasi dilaksanakan dengan baik dan sesuai dengan rencana.

PRAKATA

Assalamualaikum wr. wb

Puji syukur dan alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hiayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Implementasi *Integrated Marketing Communication* Produk properti The Argopuro Jember**”. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terima kasih yang tiada terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tak langsung dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA.Ph.D, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Dr.Sasongko, MSi, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
5. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing utama.
6. Drs. Didik Eko Julianto, MAB, Selaku Dosen Pembimbing Anggota.
7. Bapak Andrew Nugroho, S.Kom selaku Manajer Pemasaran PT. Argopuro Karya Kencana Utama Jember dan seluruh Staf dan karyawan PT. Argopuro Karya Kencana Utama Jember.
8. Ghifari Andariyatna, Nico, Lehar Isma, Ainun Elvilla, Galih Arifandi dan Yulisa Handayani yang telah memberikan bantuannya baik berupa materil dan non materil.

9. Teman-teman seperjuangan di Adni angkatan 2006, UKM Protokol FISIP dan UKM Basket FISIP (Adit, Anton, Jerry, Dandit, Rocky Dendy, Vera, Ayu, Riris dan Budi). Semoga kita bisa bersama-sama lagi untuk menimba ilmu yang lebih tinggi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan dan kesalahan untuk itu penulis menerima segala kritik dan saran berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat. Amien.

Wassalalmualaikum wr.wb

Jember, Februari 2011

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	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran	13
2.2 Komunikasi	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi.....	15
2.2.2 Karakteristik Komunikasi.....	15
2.3 Integrated Marketing Communication	16
2.3.1 Pengertian Integrated Marketing Communication.....	16
2.2.1 Proses Komunikasi Pemasaran	19

2.2.1 perencanaan dan pengembangan <i>integrated marketing communication</i>	21
2.4 Properti	33
2.5 Landasan Operasional	34
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	35
2.3.1 Penelitian Dalam Bentuk Skripsi.....	35
2.3.2 Penelitian Dalam Bentuk Jurnal.....	36
BAB 3. Metode Penelitian.....	39
3.1 Tipe Penelitian	39
3.2 Tahap Persiapan	40
3.3 Tahap Pengumpulan Data	43
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	44
3.5 Tahap Analisis Data	44
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	47
BAB 4. Hasil Dan Pembahasan	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1 Profil The Argopuro	48
4.1.2 Sejarah The Argopuro.....	50
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	50
4.1.4 Struktur Organisasi	51
4.1.5 Tugas Dan Tanggung Jawab.....	52
4.1.6 Keadaan Ketenagakerjaan	61
4.1.7 Ketentuan Jam Kerja	61
4.1.8 Ketentuan Cuti Kerja	62
4.1.3 Spesifikasi Bangunan	62
4.2 Hasil penelitian	64
4.2.1 Area Pemasaran.....	64
4.2.2 Pesaing	64
4.2.3 Tujuan <i>Integrated Marketing Communication</i>	65

4.2.4 Perencanaan <i>Integrated Marketing Communication</i>	66
4.2.5 Anggaran <i>Integrated Marketing Communication</i>	71
4.2.6 Saluran <i>Integrated Marketing Communication</i>	71
4.2.7 <i>Above The Line Dan Below The Line</i>	73
4.3 Persentasi Data dan Implementasi IMC.....	74
4.3.1 Periklanan	77
4.3.2 Promosi Penjualan	79
4.3.1 <i>Public Relation</i> /Publisitas	80
4.3.1 Personal Selling	81
4.4 Produk dan Jumlah Konsumen The Argopuro	84
4.5 Interpretasi Data	85
BAB 5. Kesimpulan dan Saran	92

DAFTAR BACAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Perumahan yang Telah Di kelola Oleh PT. Gunung Batu Utama Group Sejak Tahun 1982	7
Tabel 1.2 : Price List Per 1-6-10	7
Tabel 1.3 : Penjualan Kavling dan Clauster The Argopuro Tahap 1 per Juni 2010.....	8
Tabel 1.4 : Daftar Perumahan Pesaing The Argopuro Di Jember.....	9
Tabel 2.1 : Klasifikasi Media, Alat, dan Teknologi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	18
Tabel 2.2 : Penentuan Anggaran	24
Tabel 2.3 : Karakteristik Media Utama.....	27
Tabel 2.4 : Perbandingan Above The Line dan Bellow The Line	31
Tabel 2.5 : Penelitian Dalam Bentuk Skripsi	35
Tabel 2.6 : Penelitian Dalam Bentuk Jurnal	36
Tabel 3.1 : Matriks Konseptual	46
Tabel 3.2 : Matriks Deskriptif-tertata	46
Tabel 3.3 : Matriks Dinamika Situs	47
Tabel 4.1 : Tenaga Kerja Pada PT.AKKU Jember	61
Tabel 4.2 : Perencanaan IMC The Argopuro	66
Tabel 4.3 : Matriks Konseptual	74
Tabel 4.4 : Matriks Deskriptif-tertata	75
Tabel 4.5 : Matriks Dinamika Situs	76
Tabel 4.6 : Promo Natal dan Tahun Baru	79
Tabel 4.7 : Price List	83
Tabel 4.8 : Penjualan Kavling dan Clauster The Argopuro Tahap 1	84

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Perbandingan Hasil Properti	4
Gambar 1.2: Kredit Properti Indonesia	5
Gambar 2.1: Proses Komunikasi Pemasaran.....	19
Gambar 2.2: Model Perencanaan <i>Integrated Marketing</i> <i>Communication</i>	21
Gambar 2.3: Skema Pengelolaan Properti	32
Gambar 3.1: Skema Model Analisis Interaktif	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. PEDOMAN WAWANCARA

LAMPIRAN B. HASIL WAWANCARA

B.1 Hasil Wawancara Andrew Nugroho

B.2 Hasil Wawancara Natalia Maria

B.3 Hasil Wawancara Edy Subroto

B.4 Hasil Wawancara Eko Rudi H

B.5 Hasil Wawancara Konsumen

LAMPIRAN C. SURAT PERMOHONAN IJIN

MELAKSANAKAN PENELITIAN

LAMPIRAN D. SURAT KETERANGAN SELESAI

MELAKSANAKAN PENELITIAN

LAMPIRAN E. FOTO-FOTO PENELITIAN