

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI SEBAGAI
UPAYA *BRANDING* INSTITUSI
Studi pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris *English First* Malang**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)



Oleh:

Tika Indrawati

NIM : 08220086

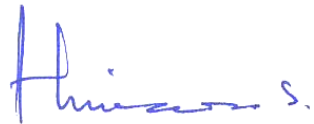
**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2013**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tika Indrawati
NIM : 08220086
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERINTEGRASI SEBAGAI UPAYA *BRANDING*
INSTITUSI" (Studi Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris
English First Malang)

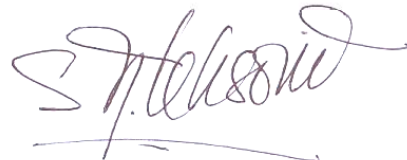
Disetujui,

Pembimbing I



M. Himawan Sutanto, M.Si

Pembimbing II



Dr. Sugeng Pujileksono, Drs., M.Si

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi



Nurudin, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Tika Indrawati

NIM : 08220086

Konsentrasi : *Public Relations*

Judul Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI SEBAGAI
UPAYA *BRANDING* INSTITUSI**

Studi pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris *English First* Malang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Malang

dan dinyatakan LULUS

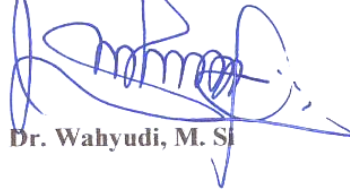
Pada hari : Rabu

Tanggal : 16 Januari 2013

Tempat : Ruang 605

Mengesahkan,

Dekan FISIP UMM



Dr. Wahyudi, M. Si

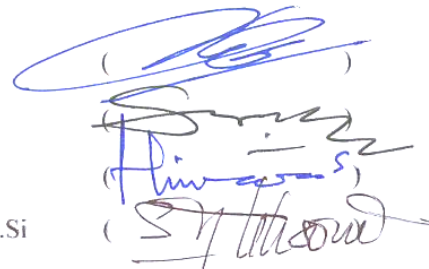
Dewan Penguji:

1. Nurudin, M.Si

2. Sugeng Winarno, MA

3. M. Himawan Sutanto, M.Si

4. Dr. Sugeng Pujileksono, Drs., M.Si



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tika Indrawati

Tempat, tanggal lahir : Balikpapan, 15 Juli 1990

NIM : 08220086

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul :

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI SEBAGAI UPAYA *BRANDING* INSTITUSI

Studi pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris *English First Malang*

adalah bukan karya ilmiah (skripsi) orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 20 Januari 2013

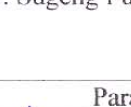








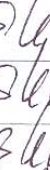

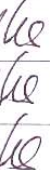



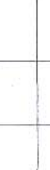
Yang menyatakan,



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


Nama : Tika Indrawati
 Nim : 08220086
 Jurusan : Ilmu Komunikasi
 Konsentrasi : *Public Relations*
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Judul Skripsi : “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
 TERINTEGRASI SEBAGAI UPAYA *BRANDING* INSTITUSI”
 (Studi Pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris *English First* Malang)
 Pembimbing : 1) M. Himawan Sutanto, M. Si
 2) Dr. Sugeng Pujileksono, Drs., M.Si

Kronologi Bimbingan :

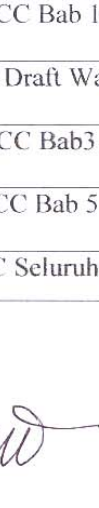
Tanggal	Paraf Pembimbing		Keterangan
	Pembimbing 1	Pembimbing 2	
16 April 2012			ACC Judul
17 April 2012			Seminar Proposal
01 Mei 2012			ACC Proposal
04 Juni 2012			ACC Bab 1 dan 2
29 Juni 2012			ACC Draft Wawancara
21 Agustus 2012			ACC Bab3 dan 4
11 Oktober 2012			ACC Bab 5 dan 6
09 November 2012			ACC Seluruh Naskah

Malang, 09 November 2012

Pembimbing I


 M. Himawan Sutanto, M.Si

Pembimbing II


 Dr. Sugeng Pujileksono, Drs., M.Si

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai tugas akhir di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang dengan judul:

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI SEBAGAI UPAYA *BRANDING* INSTITUSI

Studi pada Lembaga Kursus Bahasa Inggris *English First* Malang

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sangat berperan dalam proses penyusunan skripsi. Oleh karena itu, dengan penuh hormat, tulus dan ikhlas, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak M. Himawan Sutanto, M.Si selaku dosen pembimbing I dan bapak Dr. Sugeng Pujileksono, Drs.,M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dalam menyampaikan ilmu, memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Para dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi, terima kasih telah membagikan ilmunya kepada saya dan menginspirasi saya untuk menjadi orang yang lebih baik.

3. Kedua orang tua saya, eyang, serta kakak saya tercinta yang telah senantiasa tidak ada henti untuk mendoakan, memotivasi dan memberikan kasih sayang yang melimpah sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Mba Renny Anggraeni yang telah berkenan memberikan izi nuntut melakukan penelitian di *English First* Malang.
5. Mba Arum, Ira Wulandari, Kiky, Mr. Aditya dan semua pihak *English First* Malang yang telah memberikan banyak sekali bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh penulis buku yang telah menjadi sumber inspirasi dan membantu dalam memberikan ilmu pengetahuan, wawasan serta pemahan tentang segala hal yang terkandung dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2008 Selpi, Ratna, Suci, Agy, Nunung, Haze, Lintang dan semua teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama ini.
8. Buat teman-teman yang selalu menemani dan menjadi sahabat terbaik saya. Dee, Enggar, Feni, Made, Niar, Nias, Sendi, terima kasih atas dukungan moralnya, serta Darren, Nadia terima kasih telah berbagi ilmu dengan saya.
9. Serta kepada seluruh sahabat-sahabatku dan pihak lain yang juga turut memberikan bantuan dan belum sempat saya sebutkan satu-persatu, semoga Allah SWT membalas amal kebaikan kalian semua dengan pahala yang berlipat.

Akhir kata dengan segala kekurangan dan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga apabila masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka

penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya serta mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Malang, 20 Januari 2013

Tika Indrawati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Fokus Penelitian.....	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
B. Strategi Komunikasi.....	10
C. Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	12
C.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	12
C.2 Ciri-Ciri Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	14
C.3 Proses Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	15
C.4 Tahap-Tahap Membentuk Komunikasi Pemasaran Terintegrasi yang Efektif.....	18
C.5 Bentuk Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	20

C.6 Perbedaan Komunikasi Pemasaran dengan Komunikasi Pemasaran terintegrasi	25
C.7 Hambatan dalam Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	26
D. Media Komunikasi	27
E. Segmentasi.....	28
F. Isi Pesan dalam Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	28
G. <i>Branding</i> Institusi.....	30
G.1 Pengertian <i>Branding</i> Institusi	30
H. Teori <i>Integrated Marketing Communication</i>	31

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
C. Subjek Penelitian.....	34
D. Teknik Pengumpulan Data.....	35
D.1 Wawancara	35
D.2 Dokumentasi.....	36
D.3 Observasi	36
E. Jenis Data.....	36
E.1 Data Primer	36
E.2 Data Skunder	36
F. Teknik Analisa Data	37
G. Uji Keabsahan Data.....	38

BAB IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	39
A.1 Sejarah Singkat <i>English First</i> Malang	39
A.2 Visi dan Misi.....	40
A.3 Logo	40
A.4 <i>Tagline</i>	41
A.5 Struktur Organisasi	42

BAB V	HASIL PENELITIAN	
A.	Identitas Subjek Penelitian	46
A.1	Identitas Subjek Penelitian berdasarkan Jenis Kelamin	47
A.1	Latar Belakang Pendidikan Subjek Penelitian Penelitian	48
A.2	Latar Belakang Masa Kerja dan Jabatan Subjek Penelitian.....	49
B.	Analisa Hasil penelitian	51
B.1	Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi Sebagai Upaya <i>Branding English First</i> Malang	51
B.2	Tahapan Proses Penyusunan Startegi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	56
B.2.1	Strategi Segmentasi Sasaran Pesan	60
B.2.2	Strategi Bentuk Kegiatan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	65
B.2.3	Strategi Perancangan Pesan.....	72
B.2.4	Strategi Pemilihan Komunikator	77
B.2.5	Strategi Saluran Komunikasi (Media).....	80
B.2.6	Strategi Mengumpulkan Umpan Balik.....	87
B.3	Hambatan Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	90
B.4	Diskusi Teori	91
B.5	Model Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi <i>English First</i> Malang Sebagai Upaya <i>Branding</i> Institusi	94
BAB VI.	PENUTUP	
A.	Kesimpulan	97
B.	Saran.....	98
B.1	Saran Akademisi.....	98
B.2	Saran Praktis.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Lembaga Kursus Bahasa Inggris di Kota Malang.....	3
Tabel 2.1	Karakteristik Pesan pada Setiap Tahap Strategi Komunikasi	12
Tabel 2.2	Jenis Media, Keunggulan dan Kelemahan	27
Tabel 5.1	Identitas Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 5.2	Daftar Nama dan Pendidikan Akhir Subjek Penelitian.....	48
Tabel 5.3	Daftar Masa Kerja dan Jabatan Subjek Penelitian	49
Tabel 5.4	Daftar Program Kursus di <i>English First</i> Malang	52
Tabel 5.5	Perbandingan Harga Pada EF Malang, TBI dan LIA	63
Tabel 5.6	Saluran Komunikasi <i>English First</i> Malang.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Siswa <i>English First</i> Malang Tahun 2008-2011	6
Gambar 2.1 Proses Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	16
Gambar 4.1 Logo <i>English First</i>	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi <i>English First</i> Malang	45
Gambar 5.1 Alur Distribusi 1	53
Gambar 5.2 Alur Distribusi 2.....	53
Gambar 5.3 Model Strategi Komunikasi Pemasaran Terintegrasi <i>English First</i> Malang Sebagai Upaya <i>Branding</i> Institusi.....	95

DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara
2. Iklan di Media Cetak
3. Contoh Media *Online English First* Malang
4. Contoh SMS *Broadcast*
5. Publikasi di Koran
6. Kegiatan Telemarketing
7. Kegiatan *Open Table English First* Malang
8. Kegiatan *Talkshow English First* Malang
9. Kegiatan Expo *English First* Malang

DAFTAR PUSTAKA

- Butterick, Keith, 2012. *Pengantar Public Relations: Teori Dan Praktik*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada.
- Devito, Joseph. A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books.
- Duncan, Tom. 2002. *Using IMC to Built Brand*. New York: McGraw-Hill
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT RemajaRosdakarya
- Hariyani, Iswi dan Serfianto. 2011. *Membangun Gurita Bisnis Franchise*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Hardiman, Ima. 2006. *400 Istilah Public Relations, Media dan Periklanan*. Jakarta: Gagas Ulung Publisher
- Hamidi. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UMM Press
- Kennedy, Jhon. E & Soemanegara, R. Dermawan. 2006. *Marketing Communication*. Jakarta: BIP Kelompok Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat, 2010. *Teknik Peraktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kotler, Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mulyana, Dedy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Morissan, 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, William Wells. 2011. *Advertising*. Jakarta: Kencana
- Sutisna, 2002. *Perilaku Konsumen dan komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Surachman. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Malang: Banyumedia Publising
- Suparmo, 2011. *Aspek Ilmu Komunikasi Dalam Public Relations*. Jakarta: Indeks

Shimp, Terence. A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasarn terpadu*. Jakarta: Erlangga

Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta: Bandung

Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia Publising

Watono, Adji dan Maya Watono. 2011, *IMC That Sells*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Wenats, Eka AG, dkk. 2012, *Integrated Marketing Communication: Komunikasi Pemasaran Di Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta

Skripsi:

Windari, Rina. 2007. *Integrated Marketing Communication University Inn UMM Sebagai Hotel Pendidikan*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi Tidak Dipublikasikan.

Nonbuku:

<http://www.englishfirst.co.id/englishfirst/whyef/whyef.aspx>, diakses 22 Mei 2012, pukul 05.00 WIB

<http://infokursus.net/datakursus/searchjk.php?kodewil=12&idnis=09&perpage=100&pos=100>, diakses 10 Juni 2012, pukul 09.15 WIB

www.englishfirst.co.id/englishfirst/schools/malang/intro.aspx, diakses 22 Mei 2012 pukul 05.00 WIB