

**STRATEGI KOMUNIKASI PT.WANGSA PROMOSINDO DALAM  
MEMPROMOSIKAN BUDAYAKOTA PALEMBANG**

**Disusun Oleh:**

M.RAUDHA SUKMA

NIM 161910019

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu SyaratMemperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG  
2020**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Strategi Komunikasi PT.Wangsa Promosindo Dalam Mempromosikan  
Budaya Kota Palembang**

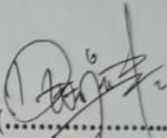
**Disusun Oleh:**

**M. Raudha Sukma**

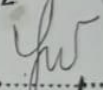
Telah dipertahankan di hadapan panitia penguji skripsi pada program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma pada hari/tanggal Sabtu, 5 September 2020 guna memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi strata satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan lulus.

**Panitia Penguji Skripsi**

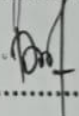
**Pembimbing : Dwi Maharani, M.I.Kom**

()

**Penguji 1 : Prof. Dr. Hj. Isnawijayani, M.Si.,Ph.D**

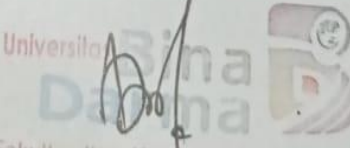
()

**Penguji 2 : Dr. Desy Misnawati S.Sos M.I.Kom**

()

**Disahkan oleh,**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

  
Universitas Bina Darma  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
**(Dr. Desy Misnawati, M.I.Kom)**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipertahankan pada ujian skripsi pada program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma.

Nama : M.Raudha Sukma

NIM : 161910019

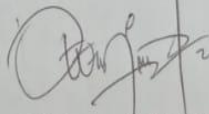
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Wangsa Promosindo Dalam Mempromosikan Budaya Kota Palembang

**Menyetujui:**

**Dosen Pembimbing**



**(Dwi Maharani, M.I.Kom.)**

**Mengetahui:**

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

Universitas Bina Darma  
Universitas Bina Darma  
Fakultas Ilmu Komunikasi



**(Prof. Dr. Hj. Isnawijayani, M.Si., Ph.D)**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Raudha Sukma

Nim : 161910019

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan negeri tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi kan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dan mencantumkan nama pengarang dan dimasukkan kedalam daftar rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasil kan ini dicek keasliannya menggunakan plagiarism checker serta diunggahke internet sehingga dapat diakses secara daring.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, 30 September 2020

Yang membuat pernyataan



M.Raudha Sukma

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

**“Manfaatkan Masa Muda dengan maksimal sebelum masa Tua  
Menjemputmu”**

### **PERSEMBAHAN**

Dengan memanjat puji syukur kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam atas nabi Muhammad SAW, penulis persembahkan karya ilmiah yang sederhana ini kepada

. Ayahanda Hayadi dan Ibunda Nurajjah, serta saudara-saudariku

Maulana Ichsan, Intan Azmi yang telah menjadi motivasi dan inspirasi serta tiada henti memberi dukungan dan doa'anya buatku

.Seluruh dosen, terutama pembimbingku yang tidak pernah lelah dan sabar memberikan bimbingan dan arahan kepadaku

.Sahabat-Sahabat terdekatku dan seperjuanganku yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani disetiap saat hariku

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Strategi komunikasi Pt Wangsa Promosindo dalam mempromisikan budaya kota Palembang tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi komunikasi Wangsa Promosindo dalam mempromosikan Budaya kota Palembang Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif wawancara, observasi, dokumentasi, studi kepustakaan Narasumber penelitian terdiri dari : Pimpinan Wangsa Promosindo atau orang karyawan dan tiga orang pelanggan Wangsa Promosindo Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada semua narasumber, dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1. Strategi komunikasi pemasaran event organizer Wangsa Promosindo pada tahap perencanaan adalah penyusunan konsep secara bersama dengan para pelanggan, dan selalu melakukan pendekatan personal kepada para pelanggan ataupun calon pelanggan, 2. Strategi komunikasi pemasaran event organizer Wangsa Promosindo pada tahap implementasi adalah tindakan yang sering dilakukan oleh semua perusahaan sebelum menjalankan tugasnya, seperti geladi resik yang bertujuan untuk mengurangi kesalahan yang dapat terjadi, 3. Strategi komunikasi pemasaran event organizer Wangsa Promosido pada tahap terakhir yaitu evaluasi adalah menerima dengan baik semua keluhan dan komplain yang diberikan oleh para pelanggan, dan berusaha memperbaiki kesalahan yang terjadi pada saat acara. Kata Kunci : strategi komunikasi, kepercayaan pelanggan, komunikasi pemasaran

**Kata Kunci : strategi komunikasi, Event Organizer,PT Wangsa Promosindo,Palembang**

### ***ABSTRACT***

.The marketing communication strategy of the Wangsa Promosindo event organizer at the planning stage is jointly drafting the concept with customers, and always taking a personal approach to customers or prospective customers, 2. The marketing communication strategy for the Wangsa Promosindo event organizer at the implementation stage is an action that is often taken by all companies before carrying out their duties, such as a rehearsal which aims to reduce errors that can occur, 3 The marketing communication strategy of Wangsa Promosido event organizer in the last stage, namely evaluation, is to properly accept all complaints and complaints given by customers, and try to correct mistakes that occur during the event. Keywords: communication strategy, customer trust, marketing communication

Keywords: communication strategy, event organizer, Palembang culture

## KATA PENGANTAR

*assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah SWT. Karena atas rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat memenuhi syarat mengajukan Skripsi Program strata Satu (S1) dengan judul **“Strategi komunikasi PT Wangsa promosindo dalam mempromosikan budayaan kota Palembang.** Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma Palembang

Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang baik. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. ALLAH SWT, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya hingga akhirnya proposal penelitian ini telah terselesaikan dengan baik.
  2. Ibu Prof. Dr. Hj. Isna Wijayani, M.Si.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
  3. Ibu Dr. Desy Misnawaati S.Sos., M.I.Kom, selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam proses skripsi ini.
  4. Ibu Dwi Maharani, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan sabar membimbing serta memberi masukan kepada penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini
  5. Ayahanda Hayadi S.E. dan Ibu Nurajiah yang telah memberikan do'a dan motivasi serta dukungan moril maupun materil untuk menyelesaikan skripsi ini.
  6. Saudara/i ku, Maulana Ichsan,Intan Azmi ,yang telah memberikan semangat serta motivasi dalam meyelesaikan skripsi ini.
- Sahabatku,Irfan,Ardi,Satrio,Pandu,Mudarris,Heru,Ucok,Luthfi yang telah meberikan transfer semangat, saran, motivasi dalam proses pembuatan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan dan kekurangan, segala saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata Penulis berharap semoga skripsi ini membawa manfaat bagi kita semua.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.*

Palembang, Agustus 2020

M.Raudha Sukma



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI. ....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kajian Literatur .....	6
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Teori SWOT Analisis .....	10
2.3 Kerangka Konseptual.....	11
2.3.1 Definisi Komunikasi.....	14
2.3.2 Unsur-Unsur Komunikasi .....	14
2.3.3 Komunikasi Pemasaran .....	14
2.3.4 Model Komunikasi pemasaran.....	16
2.3.5 Hubungan komunikasi dengan pemasaran .....	17
2.3.6 Konsep strategi pemasaran .....	18
2.3.7Pemasaran internet.....	19
2.4 Kerangka berfikir .....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian .....	23
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	23
3.2.1 Objek Penelitian .....	23
3.2.2 subjek Penelitian .....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.3.1 wawancara .....	25
3.3.2 Observasi .....	25

3.3.3Dokumentasi .....	26
3.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	26
3.4.1Lokasi Penelitian .....	26
3.4.2 Jadwal Penelitian .....	27

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	28
4.1.1 Gambaran Umum PT. Wangsa Promosindo .....	28
4.1.1.1 Profil PT. Wangsa Promosindo .....	28
4.1.1.2 Visi Misi PT. Wangsa Promosindo.....	29
4.1.1.2.1 Visi.....	29
4.1.1.2.2 Misi .....	29
4.1.1.3 Struktur PT. Wangsa Promosindo .....	30
4.2 Hasil Wawancara.....	31
4.3 strategi event Wangsa Promosindo .....	31
4.3.1 Promosi Pemasaran Wangsa Promosindo.....	32
4.3.2. Event Organizer dan Peranan Pentingnya didalam Pelaksanaan Acara.....	33
4.3.3 Analisis kegiatan zona II Asian fast.....	34
4.3.4 Analisis Manajemenevent Asian fast asian games 2018.....	35
4.4. Analisis SWOT.....	36
4.4.1 Analisis Swot PT.Wangsa Promosindo.....	37
4.4.2Matriks SWOT.....	38
4.4.3 Analisis Kegiatan Zona II Asian fast.....	38
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	42
4.5.1 Analisis Strategi komunikasi wangsa promosindo mempromosikan budaya kota palembang.....	42

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	43

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 4.1 Struktur PT. Wangsa Promosindo.....	30
Gambar 4.3 Kegiatan Meeting Terakhir Sebelum Acara Asian Fast.....	31
Gambar 4.4 Roundwon Selama Kegiatan Asian Fast.....	33
Gambar 4.5 Kegiatan Zona II Asian Fast.....	35
Gambar 4.6 Kegiatan Musik Zona II Asian Fast.....	39
Gambar 4.7 Kegiatan Musik Seni Zona II Asian Fast.....	39
Gambar 4.8 Kegiatan Pentas Seni Zona II Asian Fast .....	40
Gambar 4.9 Suasana Kegiatan Zona I Asian Fast.....	41
Gambar 5.0 Kegiatan Hiburan Musik Zona I Asian Fast.....	41

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel3.1 Jadwal Penelitian.....	27
Tabel2.2 Analisis SWOT.....	37

