

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
MEMBANGUN BRAND IMAGE APARTEMEN  
BESS MANSION DI PT BERSATU SUKSES GROUP**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



**FERREL SHAQUILL PRIANJANI**

**NBI. 1151800281**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM  
MEMBANGUN BRAND IMAGE APARTEMEN  
BESS MANSION DI PT BERSATU SUKSES GROUP**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



**FERREL SHAQUILL PRIANJANI**

**NBI. 1151800281**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**



**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama : Ferrel Shaquill Prianjani**

**NBI : 1151800281**

**Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Apartemen Bess Mansion di PT Bersatu Sukses Group**

**Surabaya, 29 Desember 2022**

**Mengetahui,**

**Disetujui oleh,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dosen Pembimbing**

**Universitas 17 Agustus 1945**

**Surabaya**



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
**NPP.20120.87.0103**



**Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi**  
**NPP: 20150190816**

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 29 Desember 2022

### Dewan Penguji

1. **Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi**

Ketua

2. **Drs. Judhi Hari Wibowo, M. Si**

Anggota

3. **Lukman Hakim, S.Fil., M.Phil**

Anggota

Mengesahkan,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P**

**NPP.20120.87.0103**



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Ferrel Shaquill Prianjani  
NBI : 1151800281  
Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Judul Sksripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Apartemen Bess Mansion di PT Bersatu Sukses Group

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublishkan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis Sebagian karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Apabila kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti Sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Surabaya, 29 Desember 2022

Yang Menyatakan

  
Ferrel Shaquill Prianjani



**UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA**

**BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id**

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ferrel Shaquill Prianjani  
NBI/NPM : 1151800281  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Apartemen Bess Mansion Di PT Bersatu Sukses Group”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Surabaya  
Pada Tanggal : 12 Desember 2022

Yang Menyatakan

  
**(Ferrel Shaquill Prianjani)**



## ABSTRACT

*In building a brand image, a marketing communication strategy is needed which is a combination of sales and activities related to external parties such as events, promotions, advertising, personal selling and public relations. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive research type. Data collection methods used through interviews, observation and documentation. The results of this study are that PT Bersatu Sukses Group in building a brand image for Bess Mansion Apartments requires a marketing communication strategy. The effectiveness of a promotion, advertising carried out by PT Bersatu Sukses Group to increase brand awareness, direct potential customers to properties at PT Bersatu Sukses Group, promote sales of the Bess Mansion Apartment or new property-related services to the market, and differentiate products from competitors. In Direct Marketing conducted by PT Bersatu Sukses Group by participating in large events and holding direct sales, namely face to face and dealing directly with potential customers. personal selling, and public relations at PT Bersatu Sukses Group are carried out to build and maintain feedback between the company and society in general, such as social activities, seminars. This is an element of marketing communication to disseminate information about products, increase market targets, so that consumers and potential customers are willing to buy and are loyal to a new product, namely the Bess Mansion Apartment offered by PT Bersatu Sukses Group. So to make consumers become buyers, a marketing communication strategy is needed in building the brand image of the Bess Mansion Apartment and offering services to build a good product image in the eyes of customers. Product appearance makes potential customers stare, product quality makes consumers buy.*

***Key word : Strategy Marketing Communication, Brand Image, Bess Mansion Apartment***

## ABSTRAK

Dalam membangun brand image perlu strategi komunikasi pemasaran yang merupakan kombinasi antara penjualan dan kegiatan yang berhubungan dengan pihak luar seperti event , promosi, iklan, *personal selling* dan *public relation*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah PT Bersatu Sukses Group dalam membangun brand image Apartemen Bess Mansion membutuhkan strategi komunikasi pemasaran. Efektifitas sebuah promosi, iklan yang dilakukan PT Bersatu Sukses Group untuk meningkatkan kesadaran akan sebuah merek, mengarahkan calon pelanggan ke properti di PT Bersatu Sukses Group, mempromosikan penjualan Apartemen Bess Mansion ataupun layanan baru terkait property ke pasar, serta membedakan produk dari pesaing. Pada *Direct Marketing* yang dilakukan PT Bersatu Sukses Group dengan mengikuti event besar dan mengadakan penjualan langsung yaitu secara tatap menatap muka dan berhadapan langsung dengan calon konsumen. *personal selling*, dan *public relation* di PT Bersatu Sukses Group dilakukan untuk membangun dan mempertahankan *feedback* antara perusahaan dan masyarakat secara umum, seperti kegiatan sosial, seminar. Hal tersebut merupakan elemen komunikasi pemasaran untuk menyebarkan informasi mengenai produk, meningkatkan sasaran pasar, agar konsumen dan calon konsumen bersedia membeli dan loyal pada produk baru yaitu Apartemen Bess Mansion yang ditawarkan oleh PT Bersatu Sukses Group. Sehingga untuk membuat konsumen menjadi pembeli perlu strategi komunikasi pemasaran dalam membangun brand image Apartemen Bess Mansion serta ditawarkan pelayanan untuk membangun citra produk baik dimata pelanggan. Tampilan produk membuat calon konsumen menatap, kualitas produk membuat konsumen membeli.

**Kata Kunci : Startegi Komunikasi Pemasaran, Brand Image, Apartemen Bess Mansion**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah limpahkan anugerahnya yang tak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Apartemen Bess Mansion di PT Bersatu Sukses Group” ini dengan baik. Penulisan skripsi ini sebagai persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir, untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sehubungan dengan penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir, penulis banyak menerima bantuan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA selaku rector Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
- 2) Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
- 3) Bapak Mohammad Insan Romadhani, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya;
- 4) Bapak Dr. Teguh Priyo Sadono, MSI selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan arahan dan motivasi sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik;
- 5) Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan motivasi sehingga penelitian dapat terselesaikan dengan baik;
- 6) Kedua orang tua, Bapak Agus Supriyanto dan Ibu Nuraini, yang selalu bersabar dan memberikan motivasi sehingga semuanya berjalan dengan lancar;
- 7) Adik saya Fiona Elisya, yang selalu menjadi support system dan selalu menyuruh saya untuk segera menyelesaikan skripsi.

- 8) Pacar saya Vidya Nur Aldarisma yang menjadi penyemangat saya mengerjakan skripsi, yang selalu memberi arahan dan suka memarahin supaya skripsi saya cepat selesai.
- 9) Teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang telah memberikan motivasi serta pelajaran yang berharga “arti perjuangan dan persahabatan”.
- 10) Narasumber Ibu Novia selaku Kepala Bagian Marketing PT Bersatu Sukses Group yang telah membantu memberikan data untuk kelengkapan penelitian ini;
- 11) Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu satu persatu yang telah banyak membantu, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- 12) *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for all doing this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for just being me at all times.*

Demikianlah, mudah-mudahan semua ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis untuk meretas kehidupan dan masa depan yang baik. Selanjutnya, penulis menyampaikan permohonan maaf apabila ada kekurangan dan kesalahan selamamenempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Atas perhatiannya penulis sampaikan terima kasih.

## DAFTAR ISI

|                                           |           |
|-------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL.....                        | i         |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                 | ii        |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                  | iii       |
| SURAT PERNYATAAN.....                     | iv        |
| ABSTRACT .....                            | vi        |
| ABSTRAK.....                              | vii       |
| KATA PENGANTAR .....                      | viii      |
| DAFTAR ISI .....                          | x         |
| DAFTAR TABEL .....                        | xii       |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | xiii      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xv        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>            | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang .....                  | 1         |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                 | 5         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                | 5         |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>        | <b>6</b>  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....             | 6         |
| 2.2 Landasan .....                        | 17        |
| 2.3 Kerangka Dasar Penelitian .....       | 26        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b> | <b>28</b> |
| 3.1 Metode dan Jenis Penelitian .....     | 28        |
| 3.2 Peran Peneliti .....                  | 29        |
| 3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....     | 29        |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data .....         | 30        |
| 3.5 Teknis Analisis Data .....            | 32        |



|                                                |           |
|------------------------------------------------|-----------|
| <b>3.6 Keabsahan Data .....</b>                | <b>34</b> |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>       | <b>36</b> |
| <b>4.1 Deskripsi Subjek dan Objek .....</b>    | <b>36</b> |
| <b>4.2 Penyajian Data dan Pembahasan .....</b> | <b>38</b> |
| <b>4.3 Analisis Data.....</b>                  | <b>60</b> |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                     | <b>65</b> |
| <b>5.1 Kesimpulan .....</b>                    | <b>65</b> |
| <b>5.2 Saran .....</b>                         | <b>66</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                    | <b>67</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                          | <b>69</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....                 | 6  |
| Tabel 4.1 Data Proyek PT Bersatu Sukses Group .....  | 38 |
| Tabel 4.2 Data penjualan Apartemen Bess Mansion..... | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.1 logo PT Bersatu Sukses Group .....     | 37 |
| Gambar 4.2 Apartemen Bess Mansion .....           | 42 |
| Gambar 4.3 Logo Bess Mansion .....                | 43 |
| Gambar 4.4 loby Bess Mansion.....                 | 43 |
| Gambar 4.5 Lounge Bess Mansion .....              | 44 |
| Gambar 4.6 Meeting Room Bess Mansion.....         | 44 |
| Gambar 4.7 Mini Cinema Bess Mansion.....          | 44 |
| Gambar 4.8 Restaurant Bess Mansion .....          | 45 |
| Gambar 4.9 Taman Bess Mansion .....               | 45 |
| Gambar 4.10 kolam renang .....                    | 45 |
| Gambar 4.11 Satpam dan CCTV Bess Mansion .....    | 46 |
| Gambar 4.12 ATM Center Bess Mansion .....         | 46 |
| Gambar 4.13 BBQ Area Bess Mansion .....           | 46 |
| Gambar 4.14 Gym Bess Mansion .....                | 47 |
| Gambar 4.15 perpustakaan Bess Mansion.....        | 47 |
| Gambar 4.16 Lift Bess Mansion .....               | 47 |
| Gambar 4.17 Maps lokasi Bess Mansion .....        | 48 |
| Gambar 4.18 Pemasaran Langsung Bess Mansion ..... | 52 |
| Gambar 4.19 Promosi Penjualan Bess Mansion .....  | 53 |
| Gambar 4.20 kegiatan sosial .....                 | 56 |



|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| Gambar 4.21 Owner bertemu dengan relasi .....      | 56 |
| Gambar 4.22 Kegiatan acara relasi komunikasi ..... | 57 |
| Gambar 4.23 Iklan Apartemen Bess Mansion .....     | 58 |
| Gambar 4.24 Event Surabaya Great ekspo .....       | 60 |
| Gambar 4.25 event Sidoarjo Properti Expo.....      | 60 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Transkrip Guide Interview .....    | 70 |
| Lampiran 2 Kartu bimbingan .....              | 73 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Plagiasi (Turnitin)..... | 75 |