

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA KURSUS  
BAHASA INSTITUTE FRANCAIS INDONESIA (IFI) SURABAYA  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT SURABAYA  
UNTUK MEMPELAJARI BAHASA PERANCIS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh :**

**AGUNG PRAKOSATAMA  
NBI : 151300783**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
2017**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA KURSUS  
BAHASA INSTITUTE FRANCAIS INDONESIA (IFI) SURABAYA  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT SURABAYA  
UNTUK MEMPELAJARI BAHASA PERANCIS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar  
Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh :**

**AGUNG PRAKOSATAMA**

**NBI : 151300783**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA**

**2017**

# TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA

: AGUNG PRAKOSATAMA

NBI

: 151300783

JUDUL SKRIPSI

: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA KURSUS  
BAHASA *INSTITUTE FRANCAIS INDONESIA (IFI) SURABAYA*  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT SURABAYA UNTUK  
MEMPELAJARI BAHASA PERANCIS

Surabaya, 7 Agustus 2017

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. Agus Sukristyanto, MS

Disetujui  
Dosen Pembimbing

Dra. Hj. Sri Andayani, MM

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada Tanggal :

Dewan Penguji

1. Dra. Hj. Sri Andayani, MM

Ketua

()

2. Dr. Ayun Maduwinarti, MP

Anggota

()

3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM

Anggota

()

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

  
Prof. Dr. Agus Sukristyanto, MS

## **SURAT PENYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : AGUNG PRAKOSATAMA

NPM : 151300783

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA KURSUS BAHASA *INSTITUTE FRANCAIS INDONESIA* (IFI) SURABAYA DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT SURABAYA UNTUK MEMPELAJARI BAHASA PERANCIS.

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 dipublikasikan dan/ atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apalagi di 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 sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 7 Agustus 2017

Yang membuat Pernyataan,

METERAI (3)  
TRIMPEL  
17/FAFF298523/02  
6000  
AGUNG PRAKOSATAMA

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

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa:

Nama : Agung Prakosatama

Nomor Mahasiswa : 151 300 783

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA KURSUS BAHASA INSTITUTE FRANCAIS INDONESIA (IFI) SURABAYA DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT SURABAYA UNTUK MEMBELAJARI BAHASA PERANCIS beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

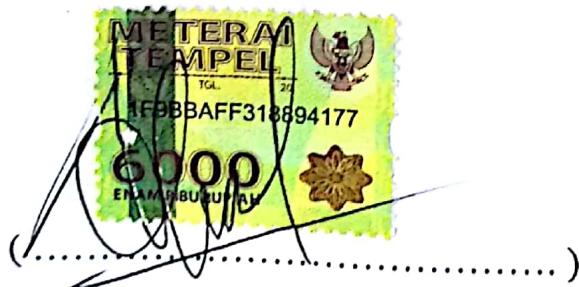
Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada tanggal : 31..AGUSTUS..2018..

Yang menyatakan



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA  
KURSUS (IFI) DALAM MENARIK MINAT PELAJAR  
DI KOTA SURABAYA UNTUK MEMPELAJARI  
BAHASA PRANCIS**

(Studi kualitatif lembaga kursus *institute francais indonesia*  
Surabaya)



**OLEH**  
**AGUNG PRAKOSATAMA**  
**NBI 151300783**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**  
**SURABAYA**  
**2017**

## **TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : AGUNG PRAKOSATAMA

NPM : 151300783

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA KURSUS  
BAHASA (IFI) INTITUTE FRANCAIS INDONESIA SURABAYA  
DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT SURABAYA  
UNTUK MEMPELJARI BAHASA PERANCIS.

Mengetahui:

Surabaya, 20 Juli 2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui oleh

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Agus Sukristyanto, M.S

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom

## **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:

Dewan Penguji:

1. ..... (.....)
2. ..... (.....)
3. ..... (.....)

Mengesahkan  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
Dekan,

Prof. Dr. Agus Sukristyanto, M.S

## **SURAT PENYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : AGUNG PRAKOSATAMA

NPM : 151300783

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LEMBAGA KURSUS BAHASA (IFI) *INSTITUTE FRANCAIS* INDONESIA SURABAYA DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT SURABAYA UNTUK MEMPELAJARI BAHASA PERANCIS.

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 dipublikasikan dan/ atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apalagi di 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 sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 20 Juli 2017

Yang membuat Pernyataan,

AGUNG PRAKOSATAMA

## **ABSTRAK**

Strategi komunikasi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dalam setiap kegiatan pemasaran produk maupun jasa. Komunikasi pemasaran adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Komunikasi pemasaran dalam bauran pemasaran menjadi semakin penting. Sehingga dalam melakukan bauran promosi pun strategi komunikasi pemasaran yang digunakan harus tepat demi tercapainya tujuan komunikasi.

Pokok bahasan dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh IFI Surabaya dalam menarik minat masyarakat surabaya untuk mempelajari bahasa perancis. dalam penelitian kualitatif deskriptif ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Wawancara yang digunakan yaitu untuk mengetahui bagaimana IFI Surabaya melakukan promosi untuk menarik minat masyarakat Surabaya untuk mempelajari bahasa Perancis serta untuk mengetahui bagaimana respon konsumen atas promosi yang dilakukan IFI Surabaya. Observasi digunakan untuk mengamati aktifitas yang dilakukan IFI Surabaya dalam mempromosikan lembaga kursus.

Hasil penelitian menunjukan bahwa IFI Surabaya melakukan beberapa kegiatan promosinya dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu melalui kegiatan *sales promotion, personal selling*, dan publikasi acara. Selanjutnya IFI Surabaya menggunakan model perencanaan strategi komunikasi pemasaran melalui *segmentation, targetting, dan positioning*. Hal ini dilakukan IFI Surabaya agar komunikasi yang dilakukan lebih efektif dan juga sesuai dengan tujuan yang akan diraih.

Kata kunci: *Institute francais indonesia* (IFI) Surabaya, Komunikasi pemasaran.

## **ABSTRACT**

*Marketing communications strategy has a very important role in any marketing activities of products and services. Marketing communications is an important aspect in determining the overall success of the mission of marketing plan. Marketing communication in the marketing mix becomes important. Marketing communication strategies must appropriate to achieve the purpose of communications.*

*The subject of this research is to know the marketing communication strategy conducted by IFI Surabaya in attracting the people of Surabaya to learn the french language. In this descriptive qualitative research the researcher uses data collection technique through observation method, interview, and documentation. Interview used is to know how IFI Surabaya do promotion to attract people of Surabaya to learn French and also to know how consumer response by promotion by IFI Surabaya. Observation is used to observe the activities of IFI Surabaya in promoting the course institution.*

*The results showed that IFI Surabaya conducted some promotional activities by using the concept of marketing mix through sales promotion activities, personal selling, and publication of events. Furthermore IFI Surabaya uses model marketing communication strategy planning through segmentation, targetting, and positioning. This is done IFI Surabaya for more effective communication and also in accordance with the goals to be achieved.*

*Keywords:* Institute francais indonesia (IFI) Surabaya, Marketing communications.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahan rahmat, hidayah serta rezeki akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi dan melengkapi prasyarat untuk menyelesaikan program Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Kursus Bahasa (IFI) *Institute Francais* Indonesia Surabaya dalam menarik minat masyarakat surabaya untuk mempelajari bahasa Perancis”. Hasil yang diperoleh dari penulisan skripsi ini diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu sumbangan pemikiran bagi masyarakat luas dan khususnya bagi para pengguna jejaring sosial Instagram dan dapat menjadi pedoman dalam melakukan penelitian di masa-masa yang akan datang.

Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan yang perlu diperbaiki dalam skripsi ini, untuk itu sebagai saran dan kritik sangat peneliti harapkan untuk perbaikan skripsi ini. Peneliti juga menyadari bahwa banyak pihak yang berperan dan telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih yang sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada kedua Orang Tua tercinta Yeni novita sari dan Sujianto yang telah membesarkan, mendidik, dan membimbing saya, memberikan motivasi baik moril maupun materil yang tidak ternilai harganya dengan apapun, serta seluruh doa yang tiada hentinya ditujukan kepada peneliti. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah untuk Ibu dan Ayah.

Selain itu, peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu peneliti selama proses penyelesaian skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Dra. Hj. Sri Andayani, MM selaku dosen pembimbing 1 yang dengan sabar dan santai membimbing hingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan mudah dan tanpa ada kekhawatiran sedikitpun.
2. Bapak Dr. Drs. IGN Anom Maruta, M.Si yang berkenan menjadi pembimbing saya.
3. Ibu Dra. Novaria Rachmawati, M.M selaku dosen wali yang telah membantu dan memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.
4. Seluruh dosen, staff, dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
5. Narasumber IFI Surabaya ibu veronique matthelin selaku direktur IFI Surabaya, yang berkenan menyediakan waktunya untuk menjadi narasumber bagi penulis.
6. Narasumber Ibu primanenda Krishna selaku humas bagian kebudayaan yang telah membantu penulis untuk melakukan observasi dan wawancara di IFI Surabaya, dan juga berkenan menjadi narasumber bagi penulis.
7. Teman-teman seperjuangan semuanya, komunikasi FISIP Untag Surabaya kelas pagi yang telah memberikan pertemanan, kekeluargaan, dan cerita selama masa perkuliahan.

8. Citra Dwi Arinta yang selalu ada untuk menyemangati dan juga membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu serta teman-teman berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT, Aamiin. Penulis menyadari bahwa pembahasan yang dikemukakan oleh penulis ini jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran, dan semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Surabaya, 20 Juli 2017

Agung Prakosatama

## **DAFTAR ISI**

Halaman Sampul

Halaman Judul

Tanda Persetujuan Skripsi ..... i

Tanda Pengesahan Skripsi ..... ii

Surat Pernyataan Keaslian ..... iii

Abstrak ..... iv

Abstract ..... v

Kata Pengantar ..... vi

Daftar Isi ..... ix

Daftar Gambar ..... xiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

    1.1 Latar Belakang Masalah ..... 1

    1.2 Rumusan Masalah ..... 9

    1.3 Tujuan Penelitian ..... 9

    1.4 Manfaat Penelitian ..... 10

    1.5 Sistematika Penelitian ..... 10

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

    2.1 Hasil Penelitian Terdahulu ..... 13

        2.1.1 Perbedaan Penelitian terdahulu dengan penelitian ini ..... 15

    2.2 Landasan Teori ..... 17

        2.2.1 Strategi ..... 17

        2.2.2 Komunikasi ..... 24

2.2.3	Teori atau Model Perencanaan Komunikasi AIDDA.....	26
2.2.4	Pemasaran.....	28
2.2.5	Bauran Pemasaran (Marketing mix).....	30
2.2.6	Komunikasi Pemasaran .....	35
2.2.7	Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	38
2.2.8	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	40
2.2.9	Bauran Promosi .....	43
2.3	Pengertian Minat dan Konsumen .....	48
2.3.1	Minat konsumen .....	52
2.3.2	Pengertian konsumen .....	54
2.4	Kerangka Dasar Pemikiran.....	59

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Tipe Penelitian .....	61
3.2	Peran Penelitian.....	62
3.3	Lokasi Penelitian.....	62
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.4.1	Sumber Data.....	63
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.4.2.1	Observasi .....	65
3.4.2.2	Wawancara .....	66
3.4.2.3	Dokumentasi.....	67
3.5	Teknik Analisis Data.....	67
3.5	Keabsahan Data.....	69

### **BAB IV DESKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA, PEMBAHASAN**

4.1 Deskripsi Obyek.....	70
4.1.1 Profil IFI.....	70
4.1.2 Sejarah IFI.....	71
4.1.3 Lambang atau Logo IFI.....	72
4.1.4 Lokasi IFI Surabaya .....	72
4.1.2 Fasilitas yang ada di IFI Surabaya .....	73
4.2 Penyajian Data .....	75
4.3 Pembahasan.....	82
4.3.1 Strategi pemasaran yang dilakukan IFI Surabaya .....	82
4.3.2 Komunikasi melalui strategi pemasaran IFI Surabaya .....	98
4.3.3 Strategi komunikasi untuk menarik minat konsumen .....	103
4.3.4 Analisis pembahasan komunikasi pemasaran yang dilakukan IFI Surabaya .....	104
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	106
5.2. Saran .....	106
<b>Daftar Pustaka</b>	
<b>Lampiran</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1: Logo IFI Surabaya .....	72
Gambar 2: Peta IFI Surabaya Goggle Maps .....	73
Gambar 3: Papan Nama IFI Surabaya.....	73
Gambar 4: Ruang Tunggu IFI Surabaya .....	74
Gambar 5: Ruang Mediatek/ perpustakaan IFI Surabaya .....	74
Gambar 6: Media Promosi Papan Nama .....	87
Gambar 7: Logo Papan IFI Surabaya di Depan Pintu Masuk.....	88
Gambar 8: Brosur IFI Surabaya .....	88
Gambar 9: Poster IFI Surabaya.....	89
Gambar 10: Foto Event Konser .....	91
Gambar 11: Foto Event Workshop Water Colour Painting .....	91
Gambar 12: Tampilan Media Sosial Instagram .....	93
Gambar 13: Tampilan Media Sosial Instagram (Event) .....	93
Gambar 14: Tampilan Website IFI Surabaya .....	94
Gambar 15: Tampilan Website Promo Diskon .....	96
Gambar 16: Tampilan Media Sosial Instagram Promo Diskon Trial class.....	97

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Pedoman Pertanyaan .....	111
Lampiran 2: Dokumentasi.....	113