

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PT ELITE PRO
DALAM BISNIS PROPERTI DI ERA DIGITAL



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan
dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital**

Oleh:

RIZKY KURNIAWAN PRAMUDYA

1408520010

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT
DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2024

LEMBAR ORISINALITAS



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**PROGRAM STUDI D-IV HUBUNGAN MASYARAKAT
DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul Analisis Strategi Pemasaran PT Elite Pro Dalam Bisnis Properti Di Era Digital adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada buku pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat dalam Tugas Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 12 Juni 2024

Rizky Kurniawan Pramudya


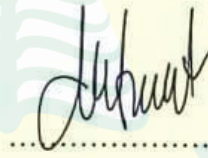


NIM. 1408520010

**LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN
TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH**

Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ilmu Sosial



TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Wina Puspita Sari, M.Si.</u> NIP. 197709102008122002 Ketua Sidang		25 Juni 2024
2.	<u>Mentari Anugrah Imsa, M.Si.</u> NIP. 199509222022032020 Dosen Pembimbing		25 Juni 2024
3.	<u>Abdul Kholik, M.I.Kom.</u> NIP. 199108252023211022 Dosen Penguji Ahli		25 Juni 2024
4.	<u>Anggun Nadia Fatimah, M.Si.</u> NIP. 199002212022032007 Sekretaris Sidang		25 Juni 2024

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran PT Elite Pro Dalam Bisnis Properti di Era Digital”.

Tugas Akhir yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat Dan Komunikasi Digital, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis ayahanda Karsito dan ibunda Sumarmi yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa yang tulus tanpa pamrih. Dan seluruh keluarga besar atas segala dukungan dan doa restu yang telah diberikan. Penulis secara sadar bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si., selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
3. Asep Soegiarto, M.Si., selaku Koordinator Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta.
4. Mentari Anugrah Imsa, M.Si., sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah Semester 120 yang telah membantu dan membimbing penulis.

5. Seluruh dosen dan staff Program Studi D-IV Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Universitas Negeri Jakarta.
6. Ko Anthony Herlia, Ko Erikcent Gunawan dan Kak Audrey Trifena dari PT Elite Pro yang telah bersedia dan meluangkan waktunya untuk menjadi informan dalam memberikan informasi penelitian kepada penulis.
7. Segenap teman-teman Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Angkatan 2020 yang sama-sama berjuang dalam mengerjakan Tugas Akhir ini, semoga kelak ilmunya berguna dan bermanfaat untuk kehidupan kedepannya dan Terima kasih telah menjadi teman-teman nongkrong yang asik, Barokah Always Humas20.
8. Segenap teman-teman AcaAcaan hehehe Satrio, Farhan, Dika, Leri, Dandy, Febryan, Dege, Tala, Shefia dan Nachelles, menjadi pendorong semangat penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Cahya NN, terima kasih selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan, perhatian, dan segala bentuk kebaikan yang di berikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.

Terlepas dari segala keterbatasan dan kerendah hati dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari betul bahwa karya ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti menyambut baik saran dan kritik yang diberikan untuk kelayakan dan kesempurnaan kedepannya agar bisa diterima dan bermanfaat secara penuh bagi khalayak umum yang tertarik dengan karya ini.

Jakarta, 12 Juni 2024



Rizky Kurniawan Pramudya
NIM. 1408520010



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET
DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

sebagai sivitas akademik Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizky Kurniawan Pramudya
NIM : 1408520010
Program Studi : Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial
Alamat Email : kikop.kop1604@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-Lain (.....)

Yang berjudul:

Analisis Strategi Pemasaran Pada PT Elite Pro Dalam Bisnis Properti di Era Digital

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Juni 2024

Yang menyatakan

Rizky Kurniawan Pramudya
NIM. 1408520010

Rizky Kurniawan Pramudya (1408520010), ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PT ELITE PRO DALAM BISNIS PROPERTI DI ERA DIGITAL, Tugas Akhir Karya Ilmiah, 2024 ; 94 halaman; 17 lampiran; 1 buku; 2017, 30 jurnal; 4 situs

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran PT Elite Pro dalam bisnis properti di era digital dengan menggunakan pendekatan *segmenting, targeting, dan positioning* (STP). Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran PT Elite Pro dalam bisnis properti di era digital, pengaruh perkembangan teknologi digital terhadap strategi pemasaran dan dampaknya pada konsumen, serta mengidentifikasi hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam menerapkan strategi pemasaran digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang melibatkan wawancara mendalam dengan CEO, Principal dan Manajer Kreatif PT Elite Pro dan analisis data sekunder dari berbagai sumber terkait.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Elite Pro membagi pasar properti ke dalam beberapa segmen berdasarkan geografis, demografi, psikografis, dan perilaku. Perusahaan kemudian menargetkan segmen yang memiliki potensi bagus seperti kelas menengah ke atas dan investor properti dengan strategi pemasaran digital secara intens. Dalam hal *positioning*, PT Elite Pro memposisikan diri sebagai konsultan dan agen properti profesional yang memberikan jasa pelayanan yang mengedepankan integritas dengan bersikap kreatif, inovatif dan dinamis. Strategi ini didukung oleh penggunaan media sosial, dan konten pemasaran yang menarik serta informatif.

Kesimpulannya, penerapan strategi *segmenting, targeting, dan positioning* yang terintegrasi dengan teknologi digital telah memberikan PT Elite Pro keunggulan kompetitif yang signifikan di industri properti. Perusahaan mampu menjangkau segmen pasar yang tepat dan membangun citra sebagai pemimpin di pasar properti digital.

Kata Kunci: strategi pemasaran; bisnis properti; teknologi digital

Rizky Kurniawan Pramudya (1408520010), *MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF PT ELITE PRO IN THE PROPERTY BUSINESS IN THE DIGITAL ERA, Final Scientific Work Project, 2024 ; 94 pages; 17 appendices; 1 book: 2017, 30 journals; 4 sites*

ABSTRACT

This study analyzes the marketing strategy of PT Elite Pro in the real estate business during the digital era using the segmenting, targeting, and positioning (STP) approach. The main objectives of this research are to analyze the implementation of PT Elite Pro's marketing strategy in the real estate business during the digital era, the impact of digital technology development on marketing strategies and its effects on consumers, and to identify the obstacles and challenges faced in implementing digital marketing strategies. The research method used is qualitative with a case study approach, involving in-depth interviews with the CEO, Principal, and Creative Manager of PT Elite Pro, along with secondary data analysis from various related sources.

The results show that PT Elite Pro divides the real estate market into several segments based on geography, demographics, psychographics, and behavior. The company then targets promising segments such as the upper-middle class and property investors with intensive digital marketing strategies. In terms of positioning, PT Elite Pro positions itself as a professional consultant and real estate agent that provides services emphasizing integrity with a creative, innovative, and dynamic approach. This strategy is supported by the use of social media and engaging and informative marketing content.

In conclusion, the implementation of the segmenting, targeting, and positioning strategy integrated with digital technology has given PT Elite Pro a significant competitive advantage in the real estate industry. The company has been able to reach the right market segments and build an image as a leader in the digital real estate market.

Keywords: *marketing strategy; real estate business; digital technology*

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN HASIL PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1. Deskripsi Konseptual	8
2.1.1. Strategi	8
2.1.2. Strategi Pemasaran	9
2.1.3. Analisis Pemasaran	10
2.1.4. Strategi Pemasaran <i>Digital</i>	10
2.1.5. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	13
2.1.6. Peran Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Keterkaitan Antarkonsep	32
BAB III METODOLOGI	35
3.1. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	35
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.3. Subjek Penelitian	36
3.4. Sumber Data	37

3.5.	Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.	Teknik Analisis Data	39
3.7.	Teknik Kalibrasi Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1.	Profil Perusahaan dan Hasil Penelitian.....	43
4.1.1.	Profil Perusahaan	43
4.1.2.	Hasil Penelitian	46
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
4.2.1.	Strategi Pemasaran	75
4.2.2.	<i>Segmenting</i>	75
4.2.3.	<i>Targeting</i>	78
4.2.4.	<i>Positioning</i>	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
5.1.	Kesimpulan.....	87
5.2.	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN.....		94
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		155

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Informan Wawancara.....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Informan.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Industri Properti 2017-2021.	2
Gambar 2. 1 Keterkaitan Konsep “Strategi Pemasaran PT Elite Pro Dalam bisnis properti di era digital”	33
Gambar 4. 1 Logo Elite Pro	43
Gambar 4. 2 Struktur organisasi PT Elite Pro.....	45
Gambar 4. 3 Insight Wilayah Geografis Instagram	49
Gambar 4. 4 Insight Durasi Tonton Video Tiktok	52
Gambar 4. 5 Insight Tambah Subscribers/Followers.....	57
Gambar 4. 6 Insight Ads Instagram	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Penelitian	94
Lampiran 2: Formulir Kegiatan Bimbingan Tugas Akhir	95
Lampiran 3: Pedoman Wawancara Informan 1	96
Lampiran 4: Pedoman Wawancara Informan 2	101
Lampiran 5: Pedoman Wawancara Informan 3	104
Lampiran 6: Transkrip Wawancara Informan 1	109
Lampiran 7: Transkrip Wawancara Informan 2	126
Lampiran 8: Transkrip Wawancara Informan 3	137
Lampiran 9: Bukti Grafik Pertumbuhan Industri Properti 2017-2021	151
Lampiran 10: Logo Elite Pro	151
Lampiran 11: Insight Wilayah Geografis Instagram @elitehomes_	151
Lampiran 12: Insight Durasi Tonton Video Tiktok @elitehomes	152
Lampiran 13: Insight Tambah Subscribers Youtube Elite Pro Official	152
Lampiran 14: Insight Ads Instagram @elitehomes_	153
Lampiran 15: Dokumentasi dengan Informan 1	153
Lampiran 16: Dokumentasi dengan Informan 2	154
Lampiran 17: Dokumentasi dengan Informan 3	154

