



**STRATEGI PERIKLANAN (*ADVERTISING*) LPP TVRI DALAM  
MENGIKLANKAN PROGRAM ACARA TAMAN BUAYA BEAT CLUB  
PADA PEMIRSA GEN-Y.**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi Advertising dan Marcomm

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Disusun Oleh :  
**Wahyu Try Nugroho**

44311010059

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**JUDUL : STRATEGI PERIKLANAN (ADVERTISING) LPP TVRI  
DALAM MENGIKLANKAN PROGRAM ACARA MUSIK  
TAMAN BUAYA BEAT CLUB PADA PEMIRSA GEN-Y**

Nama : Wahyu Try Nugroho  
NIM : 44311010059  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 26 November 2015

UNIVERSITAS  
Mengetahui,  
MERCU BUANA  
Pembimbing

(Ardhariksa Zukhruf K., M.Med.Kom)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**


**JUDUL : STRATEGI PERIKLANAN (ADVERTISING) LPP TVRI  
DALAM MENGIKLANKAN PROGRAM ACARA MUSIK  
TAMAN BUAYA BEAT CLUB PADA PEMIRSA GEN-Y**

**Nama : Wahyu Try Nugroho  
NIM : 44311010059  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication**

Jakarta, 4 Desember 2015

Ketua Sidang.


Drs. Dadan Iskandar, M.Si



(.....)

Penguji Ahli,

Rahmadya Putra Nugraha, M.Si



(.....)

Pembimbing 1

Ardhariksa Zukhruf K., M.Med.Kom



(.....)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

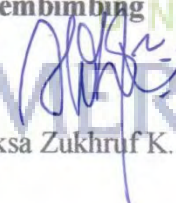
**JUDUL : STRATEGI PERIKLANAN (ADVERTISING) LPP TVRI  
DALAM MENGIKLANKAN PROGRAM ACARA TAMAN  
BUAYA BEAT CLUB PADA PEMIRSA GEN-Y**

**Nama : Wahyu Try Nugroho  
NIM : 44311010059  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication**

Jakarta, 10 Desember 2015

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing Ketua Bidang Studi Adv & Marcomm**

  
(Ardhariksa Zukhruf K. M.Med.Kom)

  
(Dr. Yoyoh Hereyan M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

  
(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

  
(Dr. Ahmad Mulyana M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat berkah dan karunia-Nya lah yang tidak henti-hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Periklanan (*Advertising*) LPP TVRI Dalam Mengiklankan Program Acara Taman Buaya Beat Club Pada Pemirsa Remaja Gen-Y”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan juga dengan adanya bantuan, dukungan, bimbingan, kritik dan doa yang selalu diberikan dari berbagai pihak baik selama masa perkuliahan maupun selama penyusunan tugas akhir ini. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan berupa materil dan doa. Serta ucapan terima kasih ini tak lupa untuk :

1. Bapak Ardhariksa Zukhruf M. Med, Kom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan arahan dan bimbingannya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr Yoyoh Hereyah M.Si, Bapak Dadan Iskandar M.Si dan seluruh dosen Program Studi *Advertising & Marcomm* yang telah memberikan jasa-jasanya kepada penulis sehingga penulis mendapatkan ilmu-ilmu dan pengalaman yang bermanfaat.
3. LPP TVRI Jakarta, Bapak Budi Utomo selaku Supervisor Program Acara dan Bapak Ghani Minhad selaku Plt. Kasie Promosi, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis dalam memperoleh data-data yang

digunakan dalam laporan ini dan telah memberikan dukungan serta bimbingan yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.

4. Teman – teman *Advertising & Marcomm* 2011 yang telah menjadi sahabat dan teman yang baik serta memberikan dukungan, semangat, dan kritik baik selama perkuliahan maupun selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis.

Skripsi ini masihlah jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT. membalas semua kebaikan dan selalu melindungi pihak – pihak tersebut. Dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pengguna.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Tangerang, 28 November 2015

Wahyu Try Nugroho

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Akademis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5.3 Manfaat Sosial.....	8

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Iklan Sebagai Suatu Proses Komunikasi.....	12
2.3 Iklan Sebagai Kegiatan Komunikasi.....	14
2.4 Televisi Sebagai Media Periklanan.....	16
2.5 Strategi Periklanan.....	19
2.6 Program Musik.....	24

2.7	<i>Type of Advertising</i> .....	25
2.8	Fungsi dan Peran iklan .....	28
2.9	Karakteristik & Sifat Periklanan .....	32
2.10	Tujuan Periklanan .....	33
2.11	Klasifikasi Periklanan .....	37
2.11.1	Klasifikasi Iklan Berdasarkan Target Audience .....	37
2.11.2	Klasifikasi Iklan Berdasarkan Geografi .....	38
2.11.3	Klasifikasi Iklan Berdasarkan Media Yang Digunakan .....	39
2.11.4	Klasifikasi Iklan Berdasarkan Tujuan .....	40
2.11	Siklus Hidup Produk ( <i>Product Life Cycle</i> ) .....	41
2.12	Gen-y .....	44

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Paradigma .....	46
3.2	Sifat Penelitian .....	47
3.3	Metode Penelitian .....	48
3.4	Subyek Penelitian .....	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.6	Teknik Analisis Data .....	51
3.7	Teknik Keabsahan Data .....	51



## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	53
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	56
4.1.2 Profil Perusahaan .....	57
4.1.3 Bentuk Logo .....	58
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	60
4.2 Hasil Penelitian .....	62
4.2.1 Deskripsi Penemuan .....	62
4.2.2 Konsep Siklus Hidup Produk .....	64
4.2.3 Klasifikasi Jenis Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	68
4.2.4 Tujuan Periklanan .....	72
4.3 Pembahasan .....	77
4.3.1 Konsep Siklus Hidup Produk .....	78
4.3.2 Klasifikasi Jenis Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	80
4.3.3 Tujuan Periklanan .....	87

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	88
5.2 Saran .....	90

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Draft Wawancara Pihak TVRI  
Lampiran 2 : Draft Wawancara Permirsaa  
Lampiran 3 : Draft Wawancara Band  
Lampiran 3 : Surat Permohonan Wawancara  
Lampiran 4 : Surat Wawancara dari TVRI  
Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA