



**ANALISIS STRATEGI PROMO ON-AIR
UNTUK MEMBANGUN *AWARENESS* AUDIENS: STUDI DESKRIPTIF
PADA PROMO IMAGE FIFA WORLD CUP 2014 DI ANTV**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

BOGIE HARIRI

44307120027

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS STRATEGI PROMO ON-AIR UNTUK
MEMBANGUN *AWARENESS* AUDIENS: STUDI
DESKRIPTIF PADA PROMO IMAGE FIFA
WORLD CUP 2014 DI ANTV**

Nama : Bogie Hariri

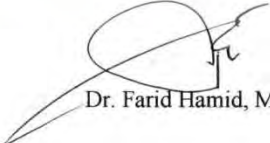
NIM : 44307120027

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 7 Juni 2014
Dosen Pembimbing



Dr. Farid Hamid, M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : ANALISIS STRATEGI PROMO ON-AIR UNTUK
MEMBANGUN *AWARENESS* AUDIENS: STUDI
DESKRIPTIF PADA PROMO IMAGE FIFA
WORLD CUP 2014 DI ANTV
Nama : Bogie Hariri
NIM : 44307120027
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 3 Juli 2014

Ketua Sidang :
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)

Penguji Ahli :
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si (.....)

Pembimbing :
Dr. Farid Hamid., M.Si (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS STRATEGI PROMO ON-AIR UNTUK
MEMBANGUN *AWARENESS* AUDIENS: STUDI
DESKRIPTIF PADA PROMO IMAGE FIFA
WORLD CUP 2014 DI ANTV**

Nama : Bogie Hariri

NIM : 44307120027

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 8 Juli 2014

Ketua Sidang
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

Penguji Ahli
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

Pembimbing
Dr. Farid Hamid., M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Judul : **ANALISIS STRATEGI PROMO ON-AIR UNTUK
MEMBANGUN *AWARENESS* AUDIENS: STUDI
DESKRIPTIF PADA PROMO IMAGE FIFA
WORLD CUP 2014 DI ANTV**

Nama : Bogie Hariri

NIM : 44307120027

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 8 Juli 2014

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Periklanan dan
Komunikasi Pemasaran

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamiin, peneliti panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT, juga shalawat dan salam kepada kecintaanNya, nabiNya, Nabi Muhammad SAW (*Allahumma sholli ala sayyidina Muhammad, wa ala aali sayyidina Muhammad*), karena atas rahmat Allah, syafa'at NabiNya, serta ridha Orangtua-lah skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar. Skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Promo On-Air Untuk Membangun Awareness Audiens: Studi Deskriptif Pada Promo Image FIFA World Cup 2014 di ANTV**” ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana di Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini menganalisa bagaimana strategi promo on-air untuk membangun *awareness* audiens melalui Promo Image FIFA World Cup 2014 di ANTV. Tema penelitian tersebut menarik perhatian peneliti, karena adanya rasa ingin tahu untuk memahami bagaimana strategi promo on-air untuk membangun *awareness* audiens melalui Promo Image FIFA World Cup 2014 di ANTV.

Peneliti menyadari bahwa kekurangan masih terjadi di dalam skripsi ini. Tentunya hal tersebut tidak terlepas dari kelemahan, serta keterbatasan peneliti. Namun, terlepas dari segala kekurangannya, peneliti berharap skripsi ini memiliki manfaat dan berkontribusi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya bidang Periklanan dan Komunikasi Pemasaran.



UNIVERSITAS Jakarta, 20 Juni 2014
MERCU BUANA

Bogie Hariri

*Kupersembahkan Skripsi ini untuk Alm. Papa yang ku cintai,
Mama yang doanya selalu mengiringi langkahku, juga Papa
Rusdi dan Mama Antik yang selalu menguatkan dalam Iman
dan Tauhid...*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran.....	6
2.2 Promosi Sebagai Salah Satu Bauran Pemasaran.....	8
2.3 Strategi Promosi Program Televisi.....	11
2.4 Elemen-elemen Strategi Promosi.....	13
2.4.1 <i>Key Factor Analysis</i>	15
2.4.2 <i>Promotion Objective and Positioning</i>	17
2.4.3 <i>Research</i>	18
2.4.4 <i>Agencies</i>	19
2.4.5 <i>Communication Mix</i>	19

2.4.6 <i>Communication Budget</i>	27
2.4.7 <i>Evaluating and Testing</i>	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Subjek Penelitian.....	29
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.4.1 Data Primer.....	29
3.4.2 Data Sekunder.....	30
3.5 Definisi Konsep.....	30
3.6 Fokus Penelitian.....	31
3.7 Teknik Analisa Data.....	31
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1 ANTV.....	35
4.1.2 Divisi On-Air Look and Brand Management.....	39
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Peran Komunikasi Pemasaran di ANTV.....	41
4.2.2 Strategi Umum Kegiatan Promosi di ANTV.....	44
4.2.2.1 Perencanaan dan Kegiatan Promosi di ANTV.....	44
4.2.3 Strategi Khusus Kegiatan Promosi di ANTV.....	48
A. Promo On-Air Program ANTV.....	48
B. Promo Off-Air Program ANTV.....	49
C. Promo Social Media Program ANTV.....	49
4.2.4 Strategi Promo Image FIFA World Cup 2014.....	50
4.2.5 Evaluasi Kegiatan terkait Promo Image FIFA World Cup 2014.....	63
4.3 Pembahasan.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. *Marketing Communication Development Sequence Framework*
- Gambar 2. *Organisation Between the Advertiser and the Client*
- Gambar 3. Promotion
- Gambar 4. Struktur Perusahaan ANTV
- Gambar 5. Struktur Organisasi Departemen Sales & Marketing ANTV
- Gambar 6. Skema Strategi Promosi dan Penerapannya di ANTV terkait Promo On-Air Image FIFA World Cup 2014
- Gambar 7. Elemen-elemen Strategi Promosi Chriss Fill (1995) dan Implementasinya pada Promo Image FIFA World Cup 2014 di ANTV



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Karakteristik Elemen Bauran Promosi

