



STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MORE TV

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh :

RIFQA AMALIA BUKHARIYAH

44309010061

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA BARAT

2013



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MORE TV
Nama : Rifqa Amalia Bukhariyah
NIM : 44309010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 Oktober 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra.Irene Irawaty.M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MORE TV
Nama : Rifqa Amalia Bukhariyah
NIM : 44309010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Oktober 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra.Irene Irawaty.M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
MORE TV
Nama : Rifqa Amalia Bukhariyah
NIM : 44309010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Oktober 2013

Disetujui dan Diterima oleh,
Pembimbing

(Dra. Irene Irawaty, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Herayah., M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
MORE TV
Nama : Rifqa Amalia Bukhariyah
NIM : 44309010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Oktober 2013

Mengetahui,

1. **KETUA SIDANG**

(Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom)

(.....)

2. **PENGUJI AHLI**

(SM. Niken Restaty S.Sos, M.Si)

(.....)

3. **PEMBIMBING SKRIPSI**

(Dra.Irene Irawaty.M.Si)

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqa Amalia Bukhariyah
NIM : 44309010061
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul: STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MORE TV adalah murni karya sendiri, apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Jakarta, Oktober 2013


Rifqa Amalia B.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum WR.WB.

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran More TV.”

Skripsi ini dibuat guna salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengucapkan terima kasih dan menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu peneliti, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kepada Ibu Dra.Irene Irawaty.M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih untuk bimbingannya, ilmu, kesabaran, kebaikan hatinya beserta perhatiannya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini .
2. Ibu Yoyoh Hereyah, M.Si sebagai ketua program studi advertising & marketing komunikasi, atas segala kesabaran dan kebaikan hatinya dalam membantu penyelesaian skripsi ini.

3. Alm. Bapak Drs. Hardiyanto, M.Si sebagai dosen akademik dan ex dosen pembimbing peneliti. Terima kasih atas bantuan dan ilmu – ilmu yang diberikan kepada penulis.
4. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah membantu peneliti dalam pembuatan surat – surat dan kegiatan admisnistrasi lainnya.
5. Kepada Nara Sumber atau Subyek Penelitian terutama Ibu Felice Arlene selaku Manager Marcomm More TV atas jawaban dan waktu yang diberikan kepada peneliti.
6. Kepada Ibu Risa Prihastanti dan Alm. Bunyamin selaku Orang tua peneliti yang tak pernah berhenti memberi dukungan, baik moril maupun materil, serta doa dan cintanya yang luar biasa kepada peneliti dalam menyemangati peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. *I love you mom and pap.*
7. Kepada Bpk.Suliasam selaku Direktur PT.Cahaya Permai yang selalu membantu dan mendukung dalam memberikan izin dalam pembuatan skripsi ditengah-tengah pekerjaan.
8. Kepada orang yang peneliti cintai terima kasih atas inspirasi dan motivasinya selama ini.
9. Sahabat tercinta peneliti Fathia, Kiki, Anis, dan Nia untuk doa dan dukungannya
10. Teman-teman peneliti yang cetar kakak Umi, Verizqa, Echa, Alexander, Dini, Tika, Icha, Leni, Syifa, Dian, Gita, Fika, Helen,

yang selalu membantu, mendukung, dan selalu direpotkan dalam penyelesaian Skripsi ini

11. Teman-teman Mahasiswa/i Advertising and Marketing Communication angkatan 2009 yang bersama-sama bersemangat, berjuang dalam mengerjakan skripsi dan saling membantu dalam pembuatannya hingga selesai.
12. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Akhirnya peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan serta kemurahan hati dari semua pihak, semoga mendapatkan anugerah dari Allah SWT

Wassalamu'alaikum WR.WB.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 Oktober 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR BAGAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengertian Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	13
2.3.1 Identifikasi Pasar	13
2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	18
2.3.3 Mendesain Pesan	20
2.3.4 Perencanaan Saluran/Media	21
2.3.5 Menetapkan Total Anggaran Promosi	23

2.4	Bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Tipe Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	33
3.3	Subyek Penelitian	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1	Data Primer	35
3.4.2	Data Sekunder	35
3.5	Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	36
3.5.1	Definisi Konsep	36
3.5.2	Fokus Penelitian	36
3.6	Teknik Analisis Data	37
3.7	Tehnik Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1	Visi dan Misi	41
4.1.2	Profil Perusahaan	42
4.1.3	More TV	42
4.1.4	Logo More TV	44
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Segmentasi Pasar	45

4.2.2	Target Pasar.....	47
4.2.3	Positioning.....	48
4.2.4	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	50
4.2.5	Mendesain Pesan.....	51
4.2.6	Perencanaan Saluran/Media.....	53
4.2.7	Bauran Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	59
4.3	Pembahasan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	75
5.2.1	Saran Akademis.....	75
5.2.2	Saran Praktis.....	75
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR BAGAN

Bagan 1	Table Jumlah Penonton More TV (Periode tahun 2011-2013).....	4
Bagan 2	Grafik Pertumbuhan Penonton More TV (Periode tahun 2011 s.d 2013).....	5
Bagan 3	Data Penonton More TV.....	48

