



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

**RUBBY FERDIANSYAH (44308120054)
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN PERUBAHAN MNCTV TAHUN 2010
5 BAB + 154 Halaman + 5 Tabel + 16 Gambar + 3 Lampiran + 29 Referensi
(1993 – 2012)**

ABSTRAKSI

MNCTV yang semula bernama Televisi Pendidikan Indonesia (TPI) melakukan *rebranding* dengan mengganti identitas perusahaan secara menyeluruh, mulai dari nama, logo, tagline, kultur, sampai dengan strategi dan kebijakan strategis perusahaan. Pihak perusahaan melakukan rebranding karena didasari oleh adanya survey tentang perbandingan antara *rating & share audience*, serta pendapatan iklan. Meskipun *rating* dan *shared audience* bagus, ternyata pendapatan iklan yang diperoleh tidaklah signifikan. Karena menurut survey penonton TPI tidak memiliki daya beli, sehingga produsen kurang tertarik memasang iklan. Perusahaan juga merubah segmentasi dan target khalayak yang semula SES E menjadi BCD. Hal itu dilakukan untuk meraih penonton potensial, sehingga pengiklan semakin tertarik beriklan. *Rebranding* juga bertujuan untuk menghadapi persaingan yang ketat, agar tampilannya lebih modern/kekinian, inovatif, dan mengutamakan konten lokal.

Model komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dari Belch & Belch, dalam bukunya "*Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications perspective*". Dalam penelitian ini, penulis berusaha membahas rebranding yang dilakukan MNCTV dilihat dari segi alur komunikasi pemasaran terpadu.

Penelitian ini memiliki tipe deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan narasumber secara mendalam kepada pihak yang dinilai mengetahui secara jelas proses rebranding di MNCTV.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi pemasaran terpadu dari Belch & Belch dalam mengkomunikasikan perubahan TPI menjadi MNCTV adalah dengan meninjau ulang perencanaan strategi komunikasi sebelumnya sampai dengan monitor dan evaluasi hasilnya.