



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
DALAM MENKOMUNIKASIKAN PERUBAHAN
MNCTV TAHUN 2010**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

RUBBY FERDIANSYAH
44308120054

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rubby Ferdiansyah

NIM : 44308120054

Program Studi : Marketing Communication & Advertising

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 16 Maret 2012



(Rubby Ferdiansyah)

NIM : 44308120054



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU DALAM MENKOMUNIKASIKAN
PERUBAHAN MNCTV TAHUN 2010**

Nama : Rubby Ferdiansyah

NIM : 44308120054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Maret 2012

Disetujui oleh :
Pembimbing Skripsi

(A. Judhie Setiawan SE.,M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU DALAM MENGKOMUNIKASIKAN
PERUBAHAN MNCTV TAHUN 2010**

Nama : Rubby Ferdiansyah

NIM : 44308120054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Mei 2012

Ketua Sidang
Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati. M.Si (.....)

Penguji Ahli
Nama : Dr. A. Mulyana. M.Si (.....)

Dosen Pembimbing
Nama : A. Judhie Setiawan. SE., M.Si (.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU DALAM MENGKOMUNIKASIKAN
PERUBAHAN MNCTV TAHUN 2010**

Nama : Rubby Ferdiansyah

NIM : 44308120054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Mei 2012

Disetujui dan diterima oleh :
Pembimbing Skripsi,



(A. Judhie Setiawan SE.,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,



(Dra. Diah Wardhani M.Si)

Ketua Program Studi Marketing
Communication & Advertising,



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, serta keberkahan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Rebranding MNCTV tahun 2010”. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (Strata-1), jurusan Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan ungkapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ibu Dra. Diah Wardhani M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Ketua Bidang Jurusan Marketing Communication & Advertising.
3. Bapak A. Judhie Setiawan SE.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi penelitian ini yang telah memberikan bimbingan, motivasi serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh staf pengajar Program Studi Marketing Communication & Advertising yang telah memberikan bimbingan, pengalaman, ilmu-ilmu yang berharga dan bermanfaat selama penulis mengikuti

perkuliahan kelas karyawan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Meruya.

5. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya Pak Syam yang selalu membantu penulis dalam pembuatan surat-surat dan kegiatan administrasi lainnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
6. Bapak Wijaya Kusuma, selaku General Manager Divisi Corsec & Legal MNCTV, Mba Gina Sekretaris GM Divisi Corsec & Legal, Mba Theresia Ellasari Divisi Corsec & Legal tas waktu, informasi, dan data pendukung lainnya sehingga skripsi ini bisa berjalan dengan baik.
7. Orang tua tercinta, kakak-kakak ku (Neng Rina Sagita, Rifan Firmansyah) dan adik ku (Riani Puji Utami), yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, dukungan, semangat, motivasi, serta doa, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dan studi di Universitas Mercu Buana.
8. Rissa Novia Suryani yang selalu memberikan semangat serta motivasi selama proses pembuatan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Marcomm angkatan XIV, Lia, Trina, Riska, Fakih, Oky, Galih, Erenal, Frita, dan Eva, yang telah memberikan kenangan selama di kampus tercinta ini. Terima kasih teman atas persahabatan, tawa, dan pengalaman yang sangat berharga.

Mudah-mudahan kita semua diberikan kesuksesan dan bisa meraih cita-cita kita semua.

10. Sahabat-sahabat di Global TV, Mamang Adit & Mega, Bori Arif jafari & Minda, Satya, Dian, Dede, Reeza, Fauzul, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan, doa, semangat, dan motivasinya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga kedua ku di kosan “Grey Appartement”, Fadly, Regi, Wempy, Febri, Sandy “Ariel”, Apri, Sandy “Bebek”, dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih untuk pertemanan, bantuan, dan persaudaraannya.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah berjasa dalam membantu kelancaran penulisan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu saran yang membangun sangat diharapkan penulis sehingga dapat menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, kiranya hasil penulisan ini dapat berguna bagi para pembaca pada umumnya dan para mahasiswa pada khususnya.

Jakarta, 18 Februari 2012
Penulis

Rubby Ferdiansyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	
ABSTRAKSI	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	13
1.4.1. Manfaat Akademis	13
1.4.2. Manfaat Praktisi	13

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. <i>Marketing Communication</i>	14
2.2. <i>STP (Segmenting, Targeting, Positioning)</i>	17
2.2.1. <i>Segmenting</i>	18
2.2.2. <i>Targeting</i>	20
2.2.3. <i>Positioning</i>	21
2.3. Strategi	22
2.4. <i>IMC (Integrated Marketing Communication)</i>	24
2.5. <i>Model Integrated Marketing Communication</i>	26
2.6. Bauran Promosi	31
2.7. Merek	37
2.7.1. <i>Product Brand</i>	39
2.7.2. <i>Corporate Brand</i>	41
2.8. <i>Corporate Branding, Strategy Corporate Branding dan Corporate Rebranding</i>	43
2.8.1. <i>Corporate Branding</i>	43
2.8.2. <i>Strategy Corporate Branding</i>	44
2.8.3. <i>Corporate Rebranding</i>	45
2.8.4. <i>Rebranding Logo</i>	50

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian dan Sifat Penelirian	52
3.2. Metode Penelitian	52

3.3.	Narasumber	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1.	Data Primer	56
3.4.2.	Data Sekunder	56
3.5.	Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	57
3.5.1.	Definisi Konsep	57
3.5.2.	Fokus Penelitian	57
3.6.	Teknik Analisa Data	59
3.7.	Teknis Keabsahan Data	60

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1.	Profil Perusahaan	64
4.1.2.	Visi dan Misi	67
4.1.2.1.	Visi	67
4.1.2.2.	Misi	67
4.1.3.	<i>Brand Essence</i>	68
4.1.4.	Tagline	68
4.1.5.	Filosofi dan Logo MNCTV	68
4.1.6.	Struktur Organisasi	77
4.2.	Hasil Penelitian	78
4.2.1.	Model Komunikasi Pemasaran Terpadu	79
4.2.1.1.	Review of Marketing Plan	79
4.2.1.2.	Analysis of Promotional Program Situasional	84
4.2.1.3.	Analysis of Communication Process	89
4.2.1.4.	Develop Integrated Marketing Communications Program	92
4.2.1.5.	Integrate and Implement Marketing Communications Strategies	95
4.2.1.6.	Monitor, Evaluate, and Control Integrated Marketing Communication Program	99
4.2.2.	<i>Rebranding</i>	101
4.2.2.1.	Latar Belakang <i>Rebranding</i>	101
4.2.2.2.	Tujuan <i>Rebranding</i>	102
4.2.2.3.	Fokus <i>Rebranding</i>	103
4.2.2.4.	Perencanaan <i>Rebranding (planning)</i>	103
4.2.2.5.	Implementasi <i>Rebranding</i>	105
4.2.2.6.	Pihak-pihak yang terlibat dalam <i>Rebranding</i>	110
4.2.2.7.	Kendala pelaksanaan <i>Rebranding</i>	114
4.3	Pembahasan	114
4.3.1	Model Komunikasi Pemasaran Terpadu	118
4.3.1.1.	Review of Marketing Plan	118
4.3.1.2.	Analysis of Promotional Program Situasional	122
4.3.1.3.	Analysis of Communication Process	127
4.3.1.4.	Develop Integrated Marketing Communications	

Program	130
4.3.1.5. Integrate and Implement Marketing Communications Strategies	134
4.3.1.6. Mengevaluasi Hasil/efektifitas Program Promosi	135
4.3.2. <i>Rebranding</i>	137
4.3.2.1. Latar belakang <i>Rebranding</i>	137
4.3.2.2. Tujuan <i>Rebranding</i>	140
4.3.2.3. Fokus <i>Rebranding</i>	143
4.3.2.4. Perencanaan <i>Rebranding</i>	144
4.3.2.5. Implementasi <i>Rebranding</i>	146
4.3.2.6. Pihak yang terlibat dalam <i>Rebranding</i>	149
4.3.2.7. Kendala Pelaksanaan <i>Rebranding</i>	149

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	151
5.2 Saran	153
5.2.1. Saran Akademis	153
5.2.2. Saran Praktis	153

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Interview guide/pedoman wawancara
Lampiran 2	: Hasil transkrip wawancara
Lampiran 3	: Surat izin penelitian

DAFTAR TABEL

Tabel Relasi Antara Bauran Pemasaran dan Bauran Komunikasi	17
Tabel Profil Segmentasi Demografis MNCTV dengan Kompetitor	87
Tabel Top 5 Talent Search Program Periode April-Juni 2011	116
Tabel Top Program Periode 1-20 Agustus 2011	128
Tabel Rating & Share MNCTV week 6, 7, dan 8 periode Februari 2012	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar Perubahan Logo <i>brand</i> Internasional	5
Gambar Perubahan Nama TPI Menjadi MNCTV	14
Gambar Model <i>Integrated Marketing Communication</i>	27
Gambar Perubahan Logo TPI	65
Gambar Kop Surat MNCTV	70
Gambar Kop Surat MNCTV	71
Gambar Kartu Nama	72
Gambar ID Card	74
Gambar Seragam MNCTV	75
Gambar Tanda Pengenal Tamu dan Kartu Parkir	75
Gambar Mobil Operasional	76
Gambar Eksterior dan Interior Gedung	77
Gambar Halaman Website MNCTV	78
Gambar Usulan Logo Baru MNCTV	107
Gambar Logo Terpilih MNCTV	108
Gambar Survey Kenaikan Jumlah Pengunjung Website MNCTV	133