



**STRATEGI PROMO ON AIR PADA PROGRAM FIFA WORLD CUP
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS ANTV**



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 :

RIZAL MUTTAQIN

44313110027

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMO ON AIR PADA PROGRAM FIFA WORLD CUP UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS ANTV

Nama : Rizal Muttaqin

Nim : 44313110027

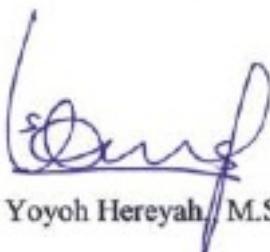
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, Desember 2016

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Yoyoh Herayah, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMO ON AIR PADA PROGRAM FIFA WORLD CUP UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS ANTV

Nama : Rizal Muttaqin

NIM : 44313110027

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Jakarta, 30 Desember 2016

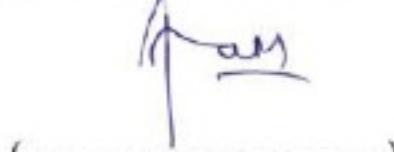
Ketua Sidang,

Drs. Dadan Iskandar, M.Si


.....)

Penguji Ahli,

Drs. Marwan Mahmudi, M.si


.....)

Pembimbing I

Dr. Yoyoh Hereyah,, M.Si


.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMO ON AIR PADA PROGRAM FIFAWORLD CUP UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS ANTV**

Nama : Rizal Muttaqin

NIM : 44313110027

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 30 Desember 2016

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Pembimbing

**Ketua Bidang Studi Periklanan
dan Komunikasi Pemasaran**

(Dr. Yoyoh Herayah.,M.Si)

(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

An

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Program Studi Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo.,M.Com, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia serta berkah dan kasih sayang sehingga memberikan hidayah dan taufiq kepada hamba-Nya untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Analisis Promo On Air Pada Program FIFA World Cup Untuk Meningkatkan Brand Awareness ANTV

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising. Dengan terselesaikan skripsi ini, peneliti sadar masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, tetapi peneliti berharap skripsi ini berguna bagi kita semua.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan uacapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dosen pembimbing dan ketua program studi marketing communication and advertising Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan, saran dan ilmunya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dosen, dan staff karyawan di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan informasi selama peneliti menempuh masa kuliah.
3. Bapak Agus Nugraha dan Bapak Quartantyo Yoga Utomo yang mengijinkan peneliti memperoleh data dan melakukan penelitian pada Divisi OALBM ANTV
4. Narasumber yang telah menyediakan waktu dalam wawancara penelitian.
5. Untuk kedua orang tua, Bapak Zainal Abidin dan Ibu Asmari yang tiada henti mendukung saya.

6. Untuk The Four to Five Group, Riri, Aby, Rachmania, Zenia, terima kasih untuk dukungan dan bantuan selama 3 tahun masa perkuliahan, terlebih saat penyusunan skripsi ini.
7. Afrha Khummairra yang telah memberikan dukungan semangat dan doa kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat, partner, teman-teman di Mercubuana Menteng angkatan 23 terima kasih untuk dukungan dan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, peneliti memohon saran dan kritik yang membangun agar dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 30 Desember 2016

Rizal Muttaqin

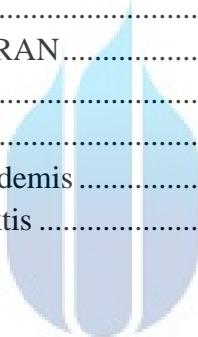
NIM : 44313110027



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Teoritis.....	7
1.4.2 Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Komunikasi.....	11
2.3 Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran	13
2.4 Promosi Sebagai Salah Satu Bauran Pemasaran	17
2.5 Promosi Program Televisi	20
2.6 Elemen-Elemen Strategi Promosi.....	23
2.6.1 <i>Key Factor Analysis</i>	23
2.6.2 <i>Promotion Objective and Positioning</i>	27
2.6.3 <i>Research</i>	27
2.6.4 <i>Agency</i>	27
2.6.5 <i>Communication Mix</i>	28
2.6.6 <i>Communication Budget</i>	35
2.6.7 <i>Evaluating and Testing</i>	36
2.7 <i>Brand Awareness</i>	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Subjek Penelitian	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4.1 Data Primer	44

3.4.2 Data Sekunder	46
3.5 Teknik Analisis Data	46
3.6 Teknik Pengabsahan Data	47
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	49
4.1.2 Divisi On-Air Look and Brand Management	52
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Peran Komunikasi Pemasaran di ANTV	54
4.2.2 Strategi Umum Kegiatan Promosi Di ANTV	58
4.2.3 Strategi Khusus Kegiatan Promosi di ANTV	62
4.2.4 Strategi Promo Image FIFA World Cup 2014 ANTV	64
4.2.5 Evaluasi Kegiatan terkait Promo Image FIFA World Cup 2014	79
4.3 Pembahasan	79
V. KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Akademis	90
5.2.2 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Promotion Mix

Gambar 2 Piramida Brand Awareness

Gambar 3 Struktur Perusahaan ANTV

Gambar 4 Struktur Organisasi Departemen Sales & Marketing ANTV

Gambar 5 Skema Strategi Promosi dan Penerapannya di ANTV



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

