



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

**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 Hereyah/ 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

  
(.....)

**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**



(Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si)

**Ketua Bidang Studi Periklanan  
dan Komunikasi Pemasaran**



(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunika**

*si*



(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

**Ketua Program Studi Komunikasi**



(Ponco Budi Sulistyono.,M.Comm, Ph.D)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran 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 ucapan 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 mengizinkan 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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**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	



## 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

