



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI PERENCANAAN MEDIA GG SIGNATURE  
( STUDI KASUS *BUILT IN CONTENT* PROGRAM BIOSKOP TRANS TV )  
PERIODE 2016**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marcomm dan Advertising

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

**RANI CHOLIFAH**

44312110056

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PERENCANAAN MEDIA GG SIGNATURE  
( STUDI KASUS *BUIT IN CONTENT*  
PROGRAM BIOSKOP TRANS TV  
PERIODE 2016**

Nama : Rani Cholifah

NIM : 44312110056

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

**Jakarta, 21 Maret 2017**

**Mengetahui,**

**Pembimbing**

**(Tri Diah Cahyowati. M,Si )**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PERENCANAAN MEDIA GG SIGNATURE  
( STUDI KASUS *BUIT IN CONTENT*  
PROGRAM BIOSKOP TRANS TV  
PERIODE 2016**

Nama : Rani Cholifah

NIM : 44312110056

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 21 Maret 2017

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing Skripsi**

(Tri Diah Cahyowati, M.Si)

**Ketua Bidang Studi**

**Marcom & Advertising**

(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

**Ketua Program Studi**

**Ilmu Komunikasi**

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



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PERENCANAAN MEDIA GG SIGNATURE  
( STUDI KASUS *BUIT IN CONTENT*  
PROGRAM BIOSKOP TRANS TV  
PERIODE 2016**

Nama : Rani Cholifah

NIM : 44312110056

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

MERCU BUANA

Jakarta, 21 Maret 2017

Ketua Sidang,  
Riswandi.,M.Si

Penguji Ahli,  
Dr. Farid Hamid.,M.Si

Pembimbing ,  
Tri Diah Cahyowati. M,Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi dengan judul: Strategi Built In Content GG Signature Dalam Program Bioskop Trans TV Untuk Meningkatkan Awareness Pada Bulan Januari 2016. Untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Almarhum Ayahanda tercinta A. Rasyid dan Ibunda ku tersayang Maryani yang telah mencurahkan segenap cinta dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan di dunia dan di akhirat atas budi baik yang telah diberikan kepada penulis.

Penghargaan dan terima kasih penulis berikan kepada Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku Pembimbing yang telah membantu penulisan skripsi ini terima kasih atas bimbingan dan kesabarannya. Serta ucapan terima kasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan Marcomm 21 (Persahabatan dan kebersamaan kita tak akan ku lupakan), buat orang terdekat saya (Yudie) yang selalu membantu di dalam penyusunan skripsi.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amiin

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, Maret 2017

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
ABSTRAKSI .....	v
<b>Bab I Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>Bab II Tinjauan Pustaka</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	13
2.3 Periklanan.....	14
2.4 Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	16
2.5 Media Periklanan .....	18
2.5.1 Televisi.....	19
2.6 Perencanaan Media .....	23
2.6.1 Sasaran Media .....	26
2.6.2 Strategi Media .....	28

### **Bab III Metode Penelitian**

3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subjek Penelitian.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Premier .....	38
3.4.2 Data Sekunder .....	40
3.5 Teknik Analisa Data.....	41
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	43
3.6.1 Triangulasi Data .....	43

### **BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Visi dan Misi .....	46
4.1.2 Struktur Organisasi .....	47
4.1.3 SDM Department .....	49
4.1.4 Profil Gudang Garam Signature .....	49
4.1.5 Iklan Gudang Garam Signature .....	51
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Media Brief .....	53
4.2.2 Brainstorming .....	59
4.2.3 Analisis Target Audience .....	61
4.2.4 Media Strategi .....	63
4.2.5 Eksekusi Sponsorship Program .....	69

4.2.6 Postbuy Review .....	73
4.3 Pembahasan .....	77
<b>BAB V Kesimpulan Dan Saran</b>	
5.1 Kesimpulan .....	83
5.2 Saran .....	84
DAFTAR PUSTAKA .....	86
DAFTAR GAMBAR .....	
LAMPIRAN .....	
CURRICULUM VITAE .....	

