



PERENCANAAN MEDIA IKLAN TELEVISI GUDANG GARAM GOLD TAHUN 2015 OLEH PT. LAYAR TUJUH PARIWARA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

SKRIPSI

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

U N I Disusun Oleh : T A S
MERCU BUANA
AFRIZAL
44311110010

**Bidang Studi Marcomm and Advertising
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta
2016**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR SURAT PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Afrizal

NIM : 44311110010

Bidang Studi : Marketing Communication dan Advertising

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip hasil dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

LEMBAR PERNYATAAN
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Agustus 2016



Afrizal
44311110010



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PERENCANAAN MEDIA IKLAN TELEVISI GUDANG GARAM GOLD TAHUN 2015 OLEH PT. LAYAR TUJUH PARIWARA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Nama : Afrizal

NIM : 44311110010

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Agustus 2016

Mengetahui,
Pembimbing

(Tri Diah Cahyowati M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : PERENCANAAN MEDIA IKLAN TELEVISI GUDANG GOLD
TAHUN 2015 OLEH PT. LAYAR TUJUH PARIWARA DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Nama : Afrizal

NIM : 44311110010

Fakultas : Ilmu Komunikasi

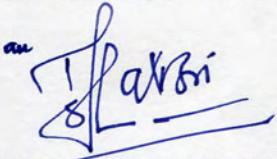
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Agustus 2016

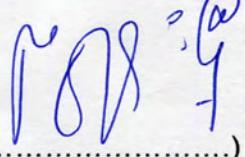
Ketua Sidang,

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si


.....

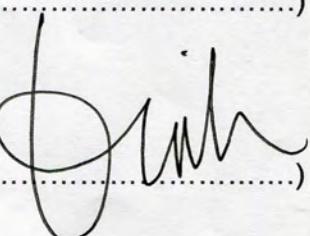
Penguji Ahli,

Novi Erlita, M.A


.....

Pembimbing I

Tri Diah Cahyowati M.Si


.....



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PERENCANAAN MEDIA IKLAN TELEVISI GUDANG GOLD TAHUN 2015 OLEH PT. LAYAR TUJUH PARIWARA DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Nama : Afrizal

NIM : 44311110010

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

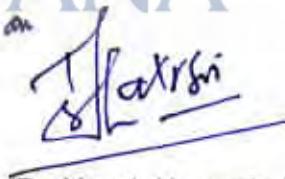
Jakarta, 16 Agustus 2016

Disetujui dan diterima oleh,

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Pembimbing Ketua Bidang Studi Advertising and Marketing Communication


(Tri Diab Cahyowati M.Si)


(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

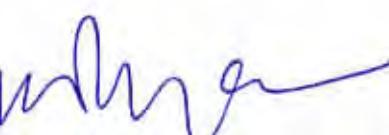
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

am


(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi


(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

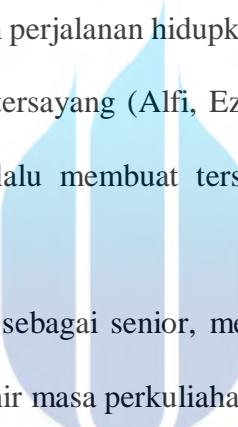
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah S.W.T yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas karunia dan ridho Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan cepat selesai tanpa adanya kerjasama, bantuan, dukungan, serta bimbingan. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Tri Diah Cahyowati M.Si, sebagai dosen pembimbing yang dengan dedikasi tinggi telah memberikan masukan-masukan dan kritikan-kritikan yang membantu terselesaikannya skripsi ini.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Marketing Communication and Advertising dan Ketua sidang yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Novi Erlita M.A selaku penguji ahli.
4. Dr. Agustina Zubair M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bpk Ade Kurniawan dan Ibu Devi Yuliana yang bersedia menyempatkan waktu dan tenaganya untuk memberikan informasi pada saat wawancara penelitian.
6. Kepada Para Dosen Jurusan Marketing Communication and Advertising Universitas Mercu Buana yang telah mengajar dan memberikan pengalaman yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan di

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana serta para staff TU Fikom yang membantu dalam administrasi sidang skripsi.

7. Kedua orang tuaku tercinta, yang tak pernah berhenti dan lelah mendoakan, serta menyayangi penulis. Terima kasih atas cinta, segala limpahan kasih sayang, serta dukungan kalian yang luar biasa dan berarti bagi penulis, meski kalian tidak berada disamping penulis setiap saat, tapi doa, dan cinta kalian membuat penulis mampu tetap bersemangat menjalani hari dalam perjalanan hidupku.
8. Kakak dan Adikku tersayang (Alfi, Ezi, dan Fanza) terimakasih ya telah mendoakan, dan selalu membuat tersenyum saat rasa lelah dan penat datang.
9. Kakak Luy Anasari sebagai senior, mentor yang terus memotivasi mulai dari awal sampai akhir masa perkuliahan.
10. Teman-teman seperjuangan Marcomm angkatan 19 Universitas Mercu Buana.


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
11. My someone special Mbem (Fipit Amelia), yang selalu menyemangati untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Dan akhirnya, kepada semua pihak yang telah membantu penulis yang tak dapat disebutkan satu persatu, namun bukan berarti melupakan. Terima kasih atas segala dukungan dan doanya.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari penyusunan Skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan serta tidak lepas dari kekurangan dan

kesalahan.Untuk itu, penulis sangat berterima kasih atas segala saran dan kritik membangun yang ditujukan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis khususnya dan bagi semua pembaca umumnya serta dapat dijadikan sebagai dasar penelitian selanjutnya.

Jakarta, 24 July 2016

Afrizal



DAFTAR ISI

LEMBAR SURAT PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.3 Periklanan	12
2.3.1 Definisi Periklanan	13
2.3.2 Fungsi Periklanan	13
2.3.3 Tujuan Periklanan	14

2.4 Media Periklanan	15
2.4.1 Televisi	16
2.5 Perencanaan Media (Media Planning)	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Subjek Penelitian	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1 Data Primer	38
3.4.2 Data Sekunder	40
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
3.6.1 Triangulasi Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1 Visi dan Misi	47
4.1.2 Struktur Organisasi	47
4.1.3 Sumber Daya Manusia	49
4.1.4 Iklan Gudang Garam Gold	49
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Proses Perencanaan Media Iklan TV	52

4.2.2 Pembahasan	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN	xiv

