



PERANCANGAN PROJECT MANAGEMENT

KAMPANYE IKLAN KOMERSIAL

DALAM *REDEFINE* - ENJOY JAKARTA

“JAXPLORE”

SKRIPSI APLIKATIF

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marcomm

MERCU BUANA

Disusun Oleh :

FITRIA NURUL ROHMAH

44312010014

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitria Nurul Rohmah
NIM : 44312010014
Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil 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.

Jakarta, 25 November 2016



Fitria Nurul Rohmah

44312010014



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PERANCANGAN PROJECT MANAGEMENT
KAMPANYE IKLAN KOMERSIAL DALAM
REDEFINE ENJOY JAKARTA “JAXPLORE”**

Nama : Fitria Nurul Rohmah

NIM : 44312010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

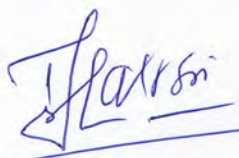
Program Studi : Advertising & Marketing Communication

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 10 Desember 2016

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing I


(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

Pembimbing II


(Drs. Her Sanyoto)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI APLIKATIF

Judul : **PERANCANGAN PROJECT MANAGEMENT
KAMPANYE IKLAN KOMERSIAL DALAM
REDEFINE ENJOY JAKARTA “JAXPLORE”**

Nama : Fitria Nurul Rohmah

NIM : 44312010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Desember 2016

Ketua Sidang
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

Penguji Ahli
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

(.....)

Pembimbing I
Drs. Dadan Iskandar, M.Si

(.....)

Pembimbing II
Drs. Her Sanyoto

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PERANCANGAN PROJECT MANAGEMENT
KAMPANYE IKLAN KOMERSIAL DALAM REDEFINE
ENJOY JAKARTA “JAXPLORE”**

Nama : Fitria Nurul Rohmah

NIM : 44312010014

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 10 Desember 2016

Di setujui dan diterima oleh,

Pembimbing I

(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)

Pembimbing II

(Drs. Her Sanyoto)

Ketua Bidang Studi Marcomm

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga perancang dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi aplikatif ini dengan judul **Perancangan *Project Management* Kampanye Iklan Komersial Dalam *Redefine - Enjoy Jakarta* “Jaxplore”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, perancang menyadari masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun, sangat perancang harapkan. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan ketulusan hati, perancang ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Dadan Iskandar, M.Si, dan Drs. Her Sanyoto, selaku dosen pembimbing, terima kasih atas setiap waktu, masukan, bimbingan dan pengetahuan berharga yang selalu diberikan kepada perancang untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, Selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.
3. Kepada orang tua penulis, Ibu Suparni dan semua kerabat yang tidak pernah lelah memberi dukungan baik moril maupun materil dan doa agar penulis segera melaksanakan skripsi dan menyelesaikannya.
4. Kepada teman seperjuangan skripsi aplikatif ini “The Powerpuff Girls”, Safira Devi Machlisa dan Vincentia Leonita, yang selalu kooperatif dan

tidak pernah lelah untuk saling mendukung dan memberi semangat serta pengalaman baru yang tidak akan pernah terlupakan, dari awal hingga akhir.

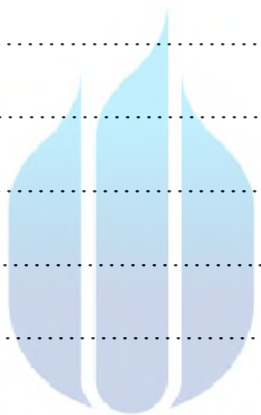
5. Kepada tim produksi Kak Abednego Febri (ArtNego Prod), talent Zuzana Saladiakova, Ronja Hollenbach, dan Asyafriena Ukantas, yang telah bersedia dengan murah hati menjadi talent dalam video, sekaligus pengisi *voice over*.
6. Kepada teman-teman yang telah membantu, tim Langkah Kaki Prod. (Sandi, Om Puji, Ustad Taufik, Zen Abidin), Kak Aldi, Arul, Majid, Sami Luo, Fari, Salma, Isti, Om Dauna dan Om Mahmud, serta berbagai pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
7. Kepada teman-teman Advertising & Marketing Communication angkatan 2012, 'GGS' dan teman-teman lainnya. See you on top!

Akhir kata, dengan segala ketidaksempurnaan skripsi ini, harapan perancang agar dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pembaca yang berkenan. Terima kasih atas bantuan dari semua pihak, semoga Allah memberikan berkah-Nya. Aamiin.

Jakarta, November 2016

Fitria Nurul Rohmah

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Pernyataan Karya Sendiri	ii
Lembar Persetujuan Skripsi	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iv
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	v
Kata Pengantar	vi
Abstraksi	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xv
	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	16
1.3 Tujuan Perancangan	16
1.4 Alasan Pemilihan Judul	17
1.5 Manfaat Perancangan	17
1.5.1 Manfaat Akademis	17
1.5.2 Manfaat Praktis	18

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	19
2.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	21
2.2.1 Place Promotion	23
2.3 Pariwisata	24
2.3.1 Wisatawan Mancanegara	25
2.3.2 City Branding ‘Enjoy Jakarta’	26
2.4 Komunikasi Pariwisata	28
2.5 Iklan	31
2.5.1 Pengertian Iklan	31
2.5.2 Jenis Iklan	33
2.5.3 Fungsi Iklan	34
2.6 Iklan Komersial (TVC)	35
2.6.1 Keunggulan Iklan TVC	36
2.7 Kampanye	37
2.7.1 Kampanye Periklanan	38
2.8 Kreativitas Periklanan	39
2.8.1 Strategi Kreatif Iklan	39
2.9 Big Idea	40
2.10 Project	41
2.10.1 Project Life Cycle	42
2.10.2 Project Management	43
2.10.3 Project Manager	45

2.11 Analisis Situasi Pasar	46
2.12 Advertising Plan	48
2.12.1 Objectives	48
2.12.2 Research	50
2.12.3 Creative Process/ Pre-Production	51
2.12.4 Production	53
2.12.5 Post-Production	54
 BAB III KONSEP PERANCANGAN	 55
3.1 Tujuan Komunikasi	55
3.1.1 Analisis Promosi Sebelumnya	56
3.1.2 Analisis Kompetitor	58
3.1.3 Analisis Pariwisata ASEAN	73
3.1.4 Analisis SWOT	77
3.1.5 Target Khalayak Sasaran	80
3.1.6 Marketing Plan	85
3.1.7 Creative Brief	86
3.2 Strategi Komunikasi	88
3.2.1 Big Idea	89
3.3 Spesifikasi Program	90
3.4 Time Table dan Anggaran	98
3.4.1 Time Table	98
3.4.2 Anggaran	99

3.4.3	Timeline Media Planning	100
3.5	Konsep Perancangan	102
BAB IV ANALISIS PROSES		103
4.1	Tahapan Produksi	103
4.1.1	Pra Produksi	103
4.1.2	Produksi	113
4.2	Lembar Kerja Produksi	114
4.2.1	Konsep Program	114
4.2.2	Working Schedule	117
4.2.3	Breakdown Budgeting	119
4.2.4	Shooting Schedule	122
4.3	Kendala dan Pemecahan	123
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		124
5.1	Simpulan	124
5.2	Saran	125
Daftar Pustaka		
Lampiran		
Curriculum Vitae.....		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Pariwisata Negara-negara ASEAN	5
Gambar 1.2 Logo Enjoy Jakarta	8
Gambar 2.1 Project Life Cycle	43
Gambar 3.1 JKT48 Dalam Iklan Enjoy Jakarta	56
Gambar 3.2 Akun Social Media Jakarta	58
Gambar 3.3 SEO Bangkok	60
Gambar 3.4 Website Bangkok Tourist	62
Gambar 3.5 Mobile App Amazing Thailand	63
Gambar 3.6 Website Malaysia	65
Gambar 3.7 Social Media Malaysia	66
Gambar 3.8 Website Singapore	69
Gambar 3.9 Social Media Singapura	70
Gambar 3.10 Website Filipina	71
Gambar 3.11 Social Media Filipina	72
Gambar 3.12 MasterCard Report.....	76
Gambar 3.13 Statistik ASEAN Visitor	76
Gambar 3.14 Influence Rencana Liburan	83
Gambar 3.15 Adventure Experiences	84
Gambar 3.16 Other Experiences	84
Gambar 3.17 Barang Terpenting Saat Liburan	85
Gambar 4.1 Brainstorming Ide What To Say	109

Gambar 4.2 Brainstorming Ide Materi Kreatif	112
Gambar 4.3 Brainstorming How To Say	112
Gambar 4.4 Foto Bersama Saat Proses Shooting di Art:1 Museum	113
Gambar 4.5 Shooting Schedule (Google Calendar)	122



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Most Popular Place in Jakarta	73
Tabel 3.2 ASEAN Strengths	75
Tabel 3.3 Analisis SWOT	79
Tabel 3.4 Creative Brief	87
Tabel 3.5 Time Table	98
Tabel 3.6 Tabel Aggaran	99
Tabel 3.7 Timeline Media	100
Tabel 4.1 Analisis SWOT	103
Tabel 4.2 Creative Brief	108
Tabel 4.3 Time Table	117
Tabel 4.4 Timeline Media	118
Tabel 4.5 Breakdown Budgeting	119
Tabel 4.6 Budget Estimate	120