



**STRATEGI PROMOSI *BANDED PACK* PROGRAM
KFC *MUSIC HIT LIST* DALAM MENDUKUNG
PENJUALAN ALBUM**



TESIS

Oleh

Nama : Ismail Tamara

NIM : 55209120051

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2015**



**STRATEGI PROMOSI *BANDED PACK* PROGRAM
KFC *MUSIC HIT LIST* DALAM MENDUKUNG
PENJUALAN ALBUM**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Oleh

Nama : Ismail Tamara

NIM : 55209120051

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama Mahasiswa : Ismail Tamara
2. NIM : 55209120051
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate Communication & Marketing*
6. Judul : *Strategi Promosi Banded Pack Program KFC
Music Hit List dalam Mendukung Penjualan Album*
7. Studi Penelitian : Tahun 2011 - 2013

Jakarta, 31 Januari 2015

Pembimbing I,



Dr. Ahmad Mulyana, M. Si.

Jakarta, 31 Januari 2015

Pembimbing II,



Irmulansati. T, SH., M. Si.



UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Strategi Promosi *Banded Pack* Program KFC *Music Hit List* dalam Mendukung Penjualan Album
Nama : Ismail Tamara
NIM : 55209120051
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Tanggal : 31 Januari 2015

Jakarta, 31 Januari 2015

Mengetahui

Ketua Sidang
Dr. Henni Gusfa, SS., M. Si.

(.....)

Penguji Ahli
Dr. Elly Yuliawati, S. Sos., M. Si.

(.....)

Pembimbing I
Dr. Ahmad Mulyana, M. Si.

(.....)

Pembimbing II
Irmulansati, T, SH., M. Si.

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Promosi *Banded Pack* Program KFC Music
Hit List dalam Mendukung Penjualan Album

Nama : Ismail Tamara

NIM : 55209120051

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 31 Januari 2015

Jakarta, 16 Februari 2015

Mengetahui

Ketua Sidang
Dr. Henni Gusfa, SS., M. Si.

(.....)

Penguji Ahli
Dr. Elly Yuliatwati, S. Sos., M. Si.

(.....)

Pembimbing I
Dr. Ahmad Mulyana, M. Si.

(.....)

Pembimbing II
Irmulansati, T, SH., M. Si.

(.....)



UNIVERSITAS MERCUBUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Strategi Promosi *Banded Pack* Program KFC Music
Hit List dalam Mendukung Penjualan Album

Nama : Ismail Tamara
NIM : 55209120051
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
Tanggal : 31 Januari 2015

Jakarta, 16 Februari 2015
Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing I,

Dr. Ahmad Mulyana, M. Si.

Pembimbing II,

Irmulansati, T, SH., M. Si.

UNIVERSITAS

MERCUBUANA

Direktur Pascasarjana
Universitas Mercu Buana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Nur Kholisoh, M. Si.

PERNYATAAN

Judul : Strategi Promosi *Banded Pack* Program KFC Music
Hit List dalam Mendukung Penjualan Album

Nama : Ismail Tamara

NIM : 55209120051

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*

Tanggal : 31 Januari 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Dosen Pembimbing yang ditetapkan oleh Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Januari 2015

VETERAN
TEMPEL
B924ADF01341497
6000
RUPIAH
Ismail Tamara

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan nikmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Dalam penelitian ini, tidak sedikit peneliti menemui hambatan dan kesulitan, terutama pengalaman dan pengetahuan yang terbatas. Namun, peneliti berusaha untuk menyelesaikan tesis ini dengan sebaik-baiknya, walaupun dalam kenyataannya masih jauh dari sempurna. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya tesis ini berkat adanya bantuan dan dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si. selaku dosen pembimbing I yang sangat baik dan sabar dalam memberikan bimbingan, saran, motivasi, dan bersedia meluangkan waktu untuk membimbing peneliti, sehingga peneliti semangat untuk segera menyelesaikan tesis ini.
2. Irmulansati. T, SH., M. Si. selaku dosen pembimbing II, atas nasihat dan dukungan kepada penulis untuk menjadi baik, serta kritik dan saran yang menjadi masukan sebagai bahan penyempurnaan tesis.
3. Dr. Henni Gusfa, SS., M. Si. dan Dr. Elly Yuliawati, S. Sos., M. Si. selaku Ketua Sidang dan Penguji Ahli yang banyak memberikan masukan dan arahan kepada peneliti, sehingga penelitian ini dapat lebih menjadi lebih baik lagi.
4. Seluruh Dosen Pengajar dan Staf Pascasarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Mohon maaf jika tidak bisa disebutkan satu persatu.
5. Bapak Abdul Wahab selaku PR Manager KFC PT Fast Food Indonesia, Tbk. Terima kasih sudah berbaik hati meluangkan waktunya menjadi narasumber.

6. Mas Santoso selaku *Marketing Communication* Divisi Program *Music Hit List* pada KFC PT Fast Food Indonesia, Tbk. Terima kasih sudah baik hati meluangkan waktunya menjadi narasumber.
7. (Alm.) H. Idris, Ayahanda tercinta yang telah 'berpulang' pada 20 Januari 1998. Terima kasih untuk semuanya yang Ayah telah berikan.
 8. (Alm.) Ny. Narem, Ibunda tercinta yang telah 'berpulang' pada 15 Januari 2010. Terima kasih untuk semuanya yang *Emih* telah berikan.
 9. Kakak iparku tercinta, Om Teddy. *You are My Angel. Everything is nothing without You.* Semoga kebaikanmu senantiasa dirahmati oleh Allah SWT.
 10. Kakak-kakakku tercinta, Tete Ratna beserta suami (Aa Djajat) dan Tete Indryati. Semoga kita tetap menjadi keluarga.
 11. Ina Nurlina and *My Beloved* Sena Robby Aditia. Kalian adalah takdir yang Allah SWT berikan dalam hidupku.
 12. Semua keponakanku tersayang. Semoga kalian tetap sukses.
 13. Narada High School, Miss Dewi & Mr. William (My Principal). Terima kasih untuk dukungannya kepada peneliti agar segera menyelesaikan tesis ini.
 14. Naradanians, *especially to* Priyadi Surya (Sukses untuk gelar Ph.D. in Scotland), Heru Setiawan 'Bung BARA' (Sukses untuk 'Master Degree' UNDIP), Petrus 'Felix denola (We are Travelova), Slamet Riyadi 'Mas Met' (Jadilah selalu orang baik), Hesty Handayani (Semoga menjadi keluarga SaMaWa), Ernawati & Erlina 'Mamake' (dukunganyang tak terlupakan).
 15. Para sahabat Pascasarjana Ilmu Komunikasi angkatan VIII (2010). Indah nya kebersamaan untuk kita. "*Together to Happiness... I miss u all*"
 16. Para teman bermusik-ku di mana pun kalian... *Keep on Rock and Roll...!!*

17. Semua pihak yang telah banyak membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan karunia-Nya atas bantuan yang telah diberikan kepada peneliti.

Demikian tesis ini dapat terselesaikan oleh peneliti, walau masih jauh dari kesempurnaan. Peneliti berharap kritik dan saran dari pembaca sebagai bahan penyempurnaan dan kiranya tesis ini bisa bermanfaat buat kita semua.

Jakarta, 31 Januari 2015

Peneliti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRACT | i |
| ABSTRAK | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS | iii |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS | v |
| LEMBAR PENGESAHAN TESIS | vi |
| PERNYATAAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 11 |
| 1.4.1. Kegunaan Akademis | 11 |
| 1.4.2. Kegunaan Praktis | 11 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN | |
| 2.1. Kajian Pustaka | 12 |
| 2.1.1. Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.1.2. Komunikasi Pemasaran | 20 |
| 2.1.3. Strategi Promosi | 23 |
| 2.1.3.1. <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i> | 27 |
| 2.1.3.1.1. <i>Segmentasi</i> | 28 |
| 2.1.3.1.2. <i>Targeting</i> | 36 |

| | |
|---|----|
| 2.1.3.1.3. <i>Positioning</i> | 37 |
| 2.1.3.2. Analisis SWOT..... | 39 |
| 2.1.3.3. Analisis SOSTAC..... | 43 |
| 2.1.4. Promosi Penjualan..... | 47 |
| 2.1.4.1. Pengertian Promosi Penjualan..... | 47 |
| 2.1.4.2. Fungsi Promosi Penjualan..... | 49 |
| 2.1.4.3. Tujuan Promosi Penjualan..... | 50 |
| 2.1.4.4. Alat Promosi Penjualan..... | 54 |
| 2.1.4.5. Sifat dari Alat Promosi..... | 61 |
| 2.1.5. Komunikasi Persuasi..... | 63 |
| 2.1.5.1. Pengertian Komunikasi Persuasi..... | 63 |
| 2.1.5.2. Karakteristik Komunikasi Persuasi..... | 72 |
| 2.1.5.3. Prinsip-Prinsip Komunikasi Persuasi..... | 75 |
| 2.1.6. Kerangka Pemikiran..... | 77 |

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

| | |
|-----------------------------------|----|
| 3.1. Metode Penelitian..... | 80 |
| 3.2. Paradigma Penelitian..... | 82 |
| 3.3. Metode Penelitian..... | 85 |
| 3.4. <i>Key Informan</i> | 88 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data..... | 89 |
| 3.5.1. Data Primer..... | 89 |
| 3.5.2. Data Sekunder..... | 91 |
| 3.6. Teknik Analisis Data..... | 91 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|-----|
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 95 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat KFC..... | 95 |
| 4.1.2. Visi dan Misi KFC..... | 100 |
| 4.1.3. Struktur Organisasi KFC..... | 101 |
| 4.1.4. Profil Manajemen KFC..... | 104 |

| | |
|--|-----|
| 4.1.5. Budaya Perusahaan | 111 |
| 4.1.6. Penghargaan KFC | 113 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 117 |
| 4.2.1. Latar Belakang Strategi Promosi | |
| Program <i>Music Hit List</i> | 118 |
| 4.2.1.1. <i>Strengths</i> (Kekuatan) | 120 |
| 4.2.1.2. <i>Weakness</i> (Kelemahan) | 123 |
| 4.2.1.3. <i>Opportunity</i> (Peluang) | 126 |
| 4.2.1.4. <i>Threats</i> (Ancaman)..... | 128 |
| 4.2.2. Strategi Promosi Penjualan KFC | 129 |
| 4.2.2.1. Segmentasi | 131 |
| 4.2.2.2. Targeting | 134 |
| 4.2.2.3. Positioning | 138 |
| 4.2.3. Implementasi Promosi Program | |
| KFC <i>Music Hit List</i> | 142 |
| 4.2.3.1. <i>Situation Analysis</i> | 142 |
| 4.2.3.2. <i>Objectives</i> | 146 |
| 4.2.3.3. <i>Strategy</i> | 147 |
| 4.2.3.4. <i>Tactics</i> | 152 |
| 4.2.3.5. <i>Action</i> | 153 |
| 4.2.3.6. <i>Control</i> | 157 |
| 4.2.4. Evaluasi terhadap Promosi Program | |
| KFC <i>Music Hit List</i> | 157 |
| 4.3. Pembahasan | 160 |
| 4.3.1. Strategi PromosiProgram KFC <i>Music Hit List</i> | 160 |
| 4.3.2. Implementasi Promosi Program KFC | 165 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|-----------------------|-----|
| 5.1. Kesimpulan | 178 |
| 5.2. Saran..... | 179 |

| | |
|-------------------------------|------------|
| DAFTAR PUSTAKA | xvi |
| CURRICULUM VITAE | xx |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

| | | | |
|---------|-------------------------------|-------|-----|
| Tabel 1 | Penelitian Terdahulu | | 17 |
| Tabel 2 | Unsur Jasa | | 41 |
| Tabel 3 | Kondisi Internal & Eksternal | | 42 |
| Tabel 4 | Shareholders | | 101 |
| Tabel 5 | Dewan Komisaris KFC | | 103 |
| Tabel 6 | Dewan Direksi KFC | | 103 |
| Tabel 7 | Penghargaan Internasional KFC | | 117 |
| Tabel 8 | Penghargaan Nasional KFC | | 115 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

| | | | |
|-----------|---|-------|-----|
| Gambar 1 | <i>Push Strategy / Strategi Mendorong</i> | | 25 |
| Gambar 2 | <i>Pull Strategy / Strategi Menarik</i> | | 26 |
| Gambar 3 | Model STP | | 27 |
| Gambar 4 | Segmentasi Jasa | | 32 |
| Gambar 5 | Tahapan Loyalitas Pelanggan | | 34 |
| Gambar 6 | Proses Rasional | | 64 |
| Gambar 7 | Proses Emosional | | 64 |
| Gambar 8 | Kerangka Pemikiran | | 79 |
| Gambar 9 | Komponen Analisis Data Model Interaktif | | 92 |
| Gambar 10 | Struktur Organisasi KFC | | 101 |
| Gambar 11 | Struktur Kepemilikan Saham KFC | | 102 |
| Gambar 12 | Struktur Manajemen KFC | | 104 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan Riset

Script Wawancara Narasumber (Key Informan)

Dokumentasi Penelitian KFC, meliputi:

- Poster *Banded Pack* KFC 'Combo Hit List'
- Nama perusahaan rekaman yang bekerja sama dengan KFC
- Tabel hasil penjualan album CD tahun 2011-2013
- Media promosi yang digunakan KFC *Music Hit List*
- *Sugestif Selling* pramusaji KFC & Interior gedung (*free standing*)
- *Event-event* (Lauching album dan Meet & Greet)
- Penghargaan KFC (*Awards and Achievement*)
- Penghargaan KFC Tahun 2012 (*Awards & Recognition 2012*)
- Unit Bisnis KFC (*Company's Business*)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA