



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INDOVISION
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN
(Studi Kasus Promosi Kampanye Produk Indovision)**



TESIS

YUS MEGA RAHMAT ALAM

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

55213110049

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2016



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INDOVISION
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN
(Studi Kasus Promosi Kampanye Produk Indovision)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

YUS MEGA RAHMAT ALAM

55213110049

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

2016



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Yus Mega Rahmat Alam
2. NIM : 55213110049
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication
6. Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
INDOVISION DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PELANGGAN

Jakarta, 25 Maret 2016

Pembimbing Utama

Dr. Prima Mulyasari Agustini M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Indovision Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan (Studi Kasus Promosi Kampanye Produk Indovision)

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah

Nama : Yus Mega Rahmat Alam

NIM : 55213110049

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 28 Juli 2016

Mengesahkan
Pembimbing

Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si

Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi

Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
INDOVISION DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PELANGGAN

Nama : Yus Mega Rahmat Alam

NIM : 55213110049

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 28 Juli 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 2016



Yus Mega Rahmat Alam



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG


1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Indovision
Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan
2. Nama : Yus Mega Rahmat Alam
3. NIM : 55213110049
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication
7. Tanggal : 28 Juli 2016

Jakarta, 28 Jul 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Dr. Nur Kholisoh, M.Si


(.....)

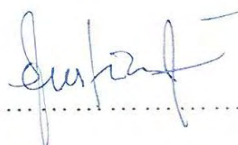
2. Penguji Ahli

Dr. Henni Gusfa, M.Si


(.....)

3. Pembimbing

Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si


(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCA SARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS


1. Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Indovision
Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan
2. Nama : Yus Mega Rahmat Alam
3. NIM : 55213110049
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate And Marketing Communication
7. Tanggal : 28 Juli 2016

Jakarta, 28 Jul 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

(
.....)

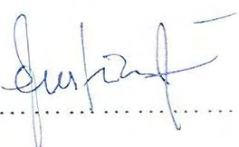
2. Penguji Ahli

Dr. Henni Gusfa, M.Si

(
.....)

3. Pembimbing

Dr. Prima Mulyasari Agustini, M.Si

(
.....)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Strategi Komunikasi Pemasaran Indovision Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercubuana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat menyelesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak memberikan kontribusi dalam menyampaikan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis terimakasih kepada Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam penulisan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Henny Gusfa, MM selaku penguji pada sidang Tesis, Ibu Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku ketua sidang Tesis dan ketua program studi beserta dosen dan staffnya yang telah membantu hingga Tesis ini selesai.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada rekan-rekan Pascasarjana Komunikasi Universitas Mercubuana tahun angkatan 2013 yang terus support dan membantu baik dalam masukannya. Dan orang tua yang telah membantu secara materil maupun non- materil, dan juga isteri yang terus memberi support, mendukung hingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan ilmu komunikasi di Indonesia.

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------|
| Abstrak | i |
| Lembar Persetujuan..... | ii |
| Pernyataan | iii |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi..... | vii-ix |
| Daftar Table | x |
| Daftar Gambar..... | xi-xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1-9 |
| 1.1 Latar Belakang | 1-8 |
| 1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah | 9-10 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 12-13 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 14-47 |
| 2.1 Kajian Penelitian Terdahulu..... | 14-32 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| 2.2.1 Komunikasi Pemasaran | 33-36 |
| 2.2.2 Konsep Strategi | 36-39 |
| 2.2.3 Produk dan Promo..... | 39 |
| 2.3 Persaingan Bisnis | 40-42 |

| | |
|--|----------------|
| 2.4 Integrated Marketing Communication | 42-45 |
| 2.5 Kerangka Pemikiran..... | 46-47 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 48-56 |
| 3.1 Objek Penelitian | 48 |
| 3.2 Paradigma Penelitian..... | 49-50 |
| 3.3 Metode Penelitian..... | 51-53 |
| 3.4 Key Informan | 54 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 55 |
| 3.6 Teknik Analisa Data..... | 55 |
| 3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data..... | 56 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 57-144 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 57-70 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 71-83 |
| 4.3 Pembahasan..... | 84-130 |
| 4.4 Faktor Pendorong dan Penghambat | 131-139 |
| BAB V PENUTUP..... | 140-141 |
| 5.1 Kesimpulan | 140-142 |
| 5.2 Saran..... | 142-144 |
| DAFTAR PUSTAKA | 145-146 |
| LAMPIRAN..... | 147-187 |
| Hasil Wawancara..... | 147-187 |

| | |
|---------------------------|-----|
| Daftar Riwayat Hidup..... | 187 |
|---------------------------|-----|

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-------|
| Tabel 2.1 Kajian Pustaka Penelitian Terdahulu..... | 26-32 |
| Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran | 47 |
| Tabel 4.1 Segmentasi Pelanggan | 76 |
| Tabel 4.2 Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Indovision.... | 83 |
| Tabel 4.3 Tahap Perencanaan | 85 |
| Tabel 4.4 Tabulasi Kampanye | 126 |
| Tabel 4.5 Unsur – unsur Tahap Evaluasi..... | 130 |
| Table 4.6 Data Perkembangan Peningkatan Jumlah Pelanggan..... | 130 |
| Table 4.7 Faktor Pendukung..... | 133 |

UNIVERSITAS
DAFTAR GAMBAR
MERCU BUANA

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Profil Penduduk Indonesia..... | 58 |
| Gambar 4.2 Logo Brand Indovision | 58 |
| Gambar 4.3 Logo Brand Top TV | 59 |
| Gambar 4.4 Logo Brand Okevision..... | 59 |
| Gambar 4.5 Berita CNN Indonesia Online Jumlah Pengguna Twitter Indonesia..... | 88 |
| Gambar 4.6 Akun Twitter Indovision..... | 89 |
| Gambar 4.7 Akun Facebook Indovision..... | 90 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4.8 Akun Youtube Indovision..... | 91 |
| Gambar 4.9 Postingan pada Twitter 1 November 2015 | 94 |
| Gambar 4.10 Salah Satu Postingan pada Kampanye digital Kontes Poto Jleague | 94 |
| Gambar 4.11 Poster Digital Kontes Poto Jleague 2015..... | 95 |
| Gambar 4.12 Microsite Kampanye Kontes Poto Jleague Indovision ... | 95 |
| Gambar 4.13 Kuis pada Website Indovision.tv | 96 |
| Gambar 4.14 Contoh Pemberitaan Sumtra Expres | 99 |
| Gambar 4.15 Contoh Press Release Event Indovision Roadshow | 100 |
| Gambar 4.16 Berita Online okezone.com 7 November 2015..... | 101 |
| Gambar 4.17 Contoh Running Text TV | 109 |
| Gambar 4.18 Contoh Adlib Indovision | 111 |
| Gambar 4.19 Poster Iklan Media Cetak Indovision | 112 |
| Gambar 4.20 Iklan Media Digital..... | 114 |
| Gambar 4.21 Print Ad Digital..... | 114 |
| Gambar 4.22 Spot Billboard Soccer Channel Campaign | 115 |
| Gambar 4.23 Poster Event Indovision Roadshow | 120 |
| Gambar 4.24 Kegiatan Playstation Tournament..... | 121 |
| Gambar 4. 25 Game of Thrones Photobooth..... | 122 |
| Gambar 4.26 Zoomoo Coloring..... | 122 |
| Gambar 4.27 Kegiatan Indovision Roadshow | 124 |

Gambar 4. 28 Print Ad Aplikasi On Air 128

