



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI MENINGKATKAN PENDAPATAN NON APBN  
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK**

**( STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
STASIUN TVRI )**

**TESIS**

**PINGKAN KARTIKA**

**55210120058**

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

**2016**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI MENINGKATKAN PENDAPATAN NON APBN LEMBAGA  
PENYIARAN PUBLIK**

**( STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
STASIUN TVRI )**

**TESIS**

**Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**PINGKAN KARTIKA**

**55210120058**

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

**2016**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Pingkan Kartika
2. NIM : 55210120058
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
6. Judul : Strategi Meningkatkan Pendapatan Non APBN Lembaga Penyiaran Publik (Studi Komunikasi Pemasaran Terpadu Stasiun TVRI)

Jakarta, 26 Februari 2016

Pembimbing Utama



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Pingkan Kartika
2. NIM : 55210120058
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
6. Judul : Strategi Meningkatkan Pendapatan Non APBN Lembaga Penyiaran Publik (Studi Komunikasi Pemasaran Terpadu Stasiun TVRI)

Jakarta, 26 Februari 2016

Pembimbing Utama



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Meningkatkan Pendapatan Non APBN Lembaga Penyiaran Publik (Studi Komunikasi Pemasaran Terpadu Stasiun TVRI)
2. Nama : Pingkan Kartika
3. NIM : 55210120058
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 11 Maret 2016

Jakarta, 11 Maret 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli  
Dr. Achmad Jamil, M.Si



(.....)

3. Pembimbing  
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Meningkatkan Pendapatan Non APBN  
Lembaga Penyiaran Publik (Studi Komunikasi  
Pemasaran Terpadu Stasiun TVRI)

Bentuk Tesis : Penelitian/kajian Masalah

Nama : Pingkan Kartika

Nim : 55210120058

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 26 Februari 2016

Mengesahkan

Pembimbing Utama



Dr. Nur Kholisoh, 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 di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Meningkatkan Pendapatan Non APBN  
Lembaga Penyiaran Publik (Studi Komunikasi  
Pemasaran Terpadu Stasiun TVRI)

Bentuk Tesis : Penelitian/kajian Masalah

Nama : Pingkan Kartika

Nim : 55210120058

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 26 Februari 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 pengelohannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta 26 Februari 2016



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Strategi Meningkatkan Pendapatan Non APBN Lembaga Penyiaran Publik (Studi Komunikasi Pemasaran Terpadu Stasiun TVRI).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang strategi komunikasi pemasaran terpadu di LPP TVRI.

Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada : Dr. Nur Kholisoh, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterima kasih kepada : selaku Penguji pada seminar Proposal, Dr. Henni Gusfan, M.Si dan Dr. Achmad Jamil, M.Si , selaku penguji pada Ujian Tesis, Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa penulis berterima kasih kepada ketua Program Studi Dr. Nur Kholisoh, M.Si. Demikian juga penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua : Alm. Eddy Sutantio dan Tri Karnawati S, MM, yang penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini serta kakak dan adik penulis : Nurina Vidya Putri, SP dan Meutia Amalina . Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah komunikasi Pemasaran Terpadu di Indonesia .

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	11
1.3.1 Maksud Penelitian .....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktisi .....	12
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Pengertian strategi .....	19
2.3 Proses komunikasi.....	20
2.4 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.4.1 Tujuan komunikasi pemasaran.....	25
2.4.2 Bauran Pemasaran .....	25
2.4.3 Strategi pemasaran.....	28
2.5 Komunikasi Pemasaran Terpadu / Integrated marketing Communication (IMC) .....	28
2.5.1 Sejarah Perkembangan IMC.....	28
2.5.2 Pengertian IMC ( <i>Integrated Marketing Communication</i> ) .....	33
2.5.3 Bentuk-bentuk komunikasi pemasaran .....	37
2.6 IKLAN.....	49

2.6.1 Iklan Televisi.....	50
2.6.2 Jenis-Jenis Iklan .....	51
2.6.3 Fungsi Periklanan.....	53
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
3.1 Objek Penelitian .....	55
3.2 Paradigma Penelitian.....	55
3.3 Metode Penelitian.....	56
3.4 Nara Sumber .....	57
3.5 Definisi Konsep.....	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.7 Teknik Analisis Data.....	59
3.8 Teknik Analisis Keabsahan Data.....	63
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1. Gambaran Objek Penelitian .....	64
4.1.1. Sejarah Lembaga Penyiaran Publik .....	64
4.1.2 Direktorat Pengembangan usaha.....	69
4.2 Hasil Penelitian.....	72
4.2.1 Target komunikasi Pemasaran TVRI .....	73
4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu TVRI .....	77
4.4 Pembahasan Strategi Komunikasi Pemasaran Televisi Republik Indonesia (TVRI) .....	96
4.5 Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu di TVRI .....	99
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>103</b>
5.1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran .....	107