



**IMPLEMENTASI *MEDIA PLANNING* DALAM PROGRAM  
PERIKLANAN PRODUK REGULER MARIZAFOODS  
TAHUN 2016**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Disusun Oleh:  
**Nur Laily Agustina**  
**44313110075**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2016**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **IMPLEMENTASI *MEDIA PLANNING* DALAM  
PROGRAM PERIKLANAN PRODUK REGULER  
MARIZAFOODS TAHUN 2016**

Nama : Nur Laily Agustina  
NIM : 44313110075  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marcom & Advertising

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 30 Agustus 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : **IMPLEMENTASI *MEDIA PLANNING* DALAM  
PROGRAM PERIKLANAN PRODUK REGULER  
MARIZAFOODS TAHUN 2016**

Nama : Nur Laily Agustina  
NIM : 44313110075  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marcomm & Advertising

UNIVERSITAS

Jakarta, 29 Agustus 2017

MERCU BUANA

Ketua Sidang,  
Dewi Sad Tanti, M.Ikom

Penguji Ahli,  
SM. Niken Restaty, M.Si

Pembimbing I,  
Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom



**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul : **IMPLEMENTASI *MEDIA PLANNING* DALAM  
PROGRAM PERIKLANAN PRODUK REGULER  
MARIZAFOODS TAHUN 2016**

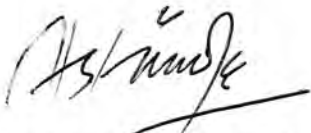
Nama : Nur Laily Agustina  
NIM : 44313110075  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marcomm & Advertising

Jakarta, 29 Agustus 2017


Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing,**

**Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising**




(Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom)



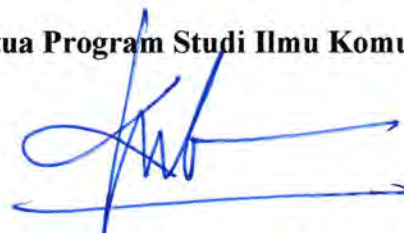
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Ponso Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

### SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Laily Agustina  
NIM : 44313110075  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marcomm & Advertising

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Agustus 2017



Nur Laily Agustina

44313110075

## KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "IMPLEMENTASI *MEDIA PLANNING* DALAM PROGRAM PERIKLANAN PRODUK REGULER MARIZAFOODS TAHUN 2016" guna untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Mercu Buana.

Dalam kesempatan ini peneliti juga ingin menyampaikan rasa terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada semua pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Sugihantoro, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah berkenan untuk meluangkan waktu dan tenangnya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, S.Sos, M.Si selaku Kepala Bidang Studi Marketing Communication and Advertising.
3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku dekan fakultas ilmu komunikasi.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comm, Ph.D selaku ketua program studi ilmu komunikasi.
5. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, Msi selaku dosen pengampu mata kuliah riset dan seminar yang tentunya juga membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen dan Staf pengajar Universitas Mercu Buana yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis sejak mulai awal semester hingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di kampus yang senantiasa penulis cintai dan banggakan ini.
7. PT Multisari Langgeng Jaya (Marizafoods) khususnya Ibu Gadis selaku manager divisi media planner yang telah meluangkan waktunya dan berkenan memberikan informasi beserta data-data yang penulis butuhkan untuk penyusunan skripsi ini.
8. Semua Staf Universitas Mercu Buana, dari semua bagian yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selama ini banyak membantu kami para mahasiswa.
9. Orang tua tercinta, Ibu Khosiyah dan Bapak Harry Syamsuri serta adik tersayang Maulita Candra Rini yang tidak pernah berhenti memberikan doa, dukungan, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Almarhum Abah Sutarjo tercinta, yang semasa hidupnya selalu memberikan dukungan hingga penulis bisa menyelesaikan kuliah ini. Kelulusan ini penulis dedikasikan untuk Beliau.
11. Keluarga besar Almarhum Abah Sutarjo yang selalu memberikan dukungan doa dan bantuannya baik dalam bentuk materi maupun non materi.

12. Terima kasih kepada diri sendiri, yang selalu berusaha untuk melawan perasaan malas ataupun lelah, yang tidak pantang menyerah dan selalu berusaha pada saat mengerjakan skripsi hingga skripsi ini selesai. *I love my self*
13. Allun Indra Pertapa, yang selalu memberikan dukungan, doa dan bantuannya khususnya pada masa-masa sulit seperti skripsi ini.
14. Sahabat-sahabat terbaik (Wonder Women) : Rika, Nura, Firda, Dwi, Anna, Wina, Miske, yang selalu ada dalam suka dan duka, berjuang bersama selama kurang lebih 4 tahun demi masa depan yang lebih baik. *I love you all*
15. Teman-teman Marcomm & Advertising angkatan 2013 (Indri, Imelda, Megasti, Dhika, Indah, Dani, Pigar, Imas, Renda, Maria) dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena ini segala kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi memperbaiki penelitian ini.

Jakarta, 18 Juli 2017



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 kerangka teori .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
1.4.1 Manfaat Akademis .....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Kerangka Teori .....	24
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi Pemasaran .....	25
2.2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	25
2.2.1.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	27
2.2.1.5 Unsur Komunikasi Pemasaran .....	28
2.2.2 Periklanan .....	29
2.2.2.1 Definisi Periklanan .....	29

2.2.2.2 Peran Iklan dalam Pemasaran .....	30
2.2.2.3 Penetapan Tujuan Pemasangan Iklan .....	31
2.2.2.4 Jenis Iklan .....	32
2.2.2.5 Proses Pembuatan Iklan .....	34
2.2.2.6 Strategi Penetapan Anggaran Periklanan .....	35
2.2.2.7 Iklan Media Penyiaran .....	36
2.2.2.8 Iklan Media Cetak .....	41
2.2.2.9 Iklan Internet .....	42
2.2.2.10 Iklan Media Luar Ruang .....	45
2.2.3 Media Planning .....	48
2.2.3.1 Implementasi <i>Media Planning</i> .....	48
1. Mengidentifikasi Target Media .....	49
2. Menentukan Tujuan Media .....	50
3. Menentukan Strategi Media .....	52
4. Penjadwalan Penetapan Media .....	57
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	59
3.2 Tipe Penelitian .....	60
3.3 Metode Penelitian .....	60
3.4 Subjek Penelitian .....	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.6 Teknik Analisis Data .....	65
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	65

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	67
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	67
4.1.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan .....	68
4.2 Hasil Penelitian .....	72
4.2.1 Mengidentifikasi target media.....	72
4.2.2 Menentukan Tujuan Media.....	76
4.2.3 Menentukan Strategi Media.....	<b>78</b>
4.2.4 Penjadwalan Penetapan Media.....	100
4.3 Pembahasan.....	114
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>
5.1 Kesimpulan .....	124
5.2 Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>128</b>



Gambar 4.1 Contoh Proposal Media Plan Marizafoods .....	71
Gambar 4.2 Data Sensus Penduduk tahun 2016 .....	76
Gambar 4.3 Iklan TVC Produk Marizafoods.....	88
Gambar 4.4 Pembagian Takjil Bersama Sonora .....	89
Gambar 4.5 Iklan Majalah Pastry & Bakery Natal.....	90
Gambar 4.6 Iklan Majalah Pastry & Bakery Ramadhan.....	91

Gambar 4.7 Iklan Media Indonesia hal.....	92
Gambar 4.8 Iklan Media Indonesia hal .....	93
Gambar 4.9 Iklan Billboard Jalan Setiabudi Medan.....	94
Gambar 4.10 Iklan Billboard Jalan Krakatau Medan.....	95
Gambar 4.11 Iklan Billboar Jalan Raya Serang .....	96
Gambar 4.12 Print Ad Mobil Pengiriman Marizafoods.....	97
Gambar 4.13 Print Ad Store Lotte Alam Sutera .....	98
Gambar 4.14 Iklan Media Internet : Instagram & Facebook.....	99

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jadwal Pembagian Takjil Halte Busway bersama Sonora.....	105
Tabel 4.2 Jadwal Pembagian Takjil Gerbang Tol bersama Sonora.....	105
Tabel 4.3 Jadwal Tayang Iklan Metro TV.....	106
Tabel 4.4 Jadwal Tayang Iklan Media Cetak.....	107
Tabel 4.5 Jadwal tayang Iklan Radio.....	108
Tabel 4.6 Budget Promosi Marizafoods tahun 2016.....	109
Tabel 4.7 Data Penjualan Produk Marizafoods tahun 2015-2016.....	110

## LAMPIRAN