



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI MARKETING KOMPAS
TV DALAM MENDAPATKAN PENGIKLAN UNTUK PROGRAM ACARA
SERIE A ITALIA DI KOMPAS TV**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communications dan Advertising



Disusun oleh :

**UNIVERSITAS
FAJAR SYAHBANA
MERCU BUANA**
44311120090

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI MARKOM & PERIKLANAN

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI MARKETING
KOMPAS TV DALAM MENDAPATKAN PENGIKLAN UNTUK
PROGRAM ACARA SERIE A ITALIA DI KOMPAS TV

Nama : Fajar Syahbana
NIM : 44311120090
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Komunikasi dan Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Agustus 2015



Fajar Syahbana
NIM : 44311120090

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI
MARKETING KOMPAS TV DALAM MENDAPATKAN
PENGIKLAN UNTUK PROGRAM ACARA SERIE A
ITALIA DI KOMPAS TV**

Nama : Fajar Syahbana

NIM : 44311120090

Fakultas : Ilmu Komunikasi

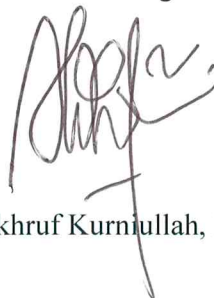
Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Juli 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M. Med.Kom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI
MARKETING KOMPAS TV DALAM MENDAPATKAN
PENGIKLAN UNTUK PROGRAM ACARA SERIE A
ITALIA DI KOMPAS TV**

Nama : Fajar Syahbana

NIM : 44311120090

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 10 Agustus 2015

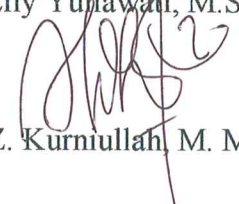
Ketua Sidang,


(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

Penguji Ahli,


(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

Pembimbing,


(Ardhariksa Z. Kurniullah, M. Med. Kom)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI
MARKETING KOMPAS TV DALAM MENDAPATKAN
PENGIKLAN UNTUK PROGRAM ACARA SERIE A
ITALIA DI KOMPAS TV**

Nama : Fajar Syahbana

NIM : 44311120090

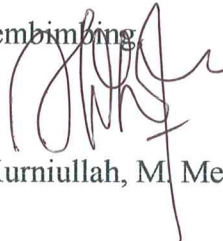
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 10 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Ardhariksa Z. Kurniullah, M. Med. Kom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunkasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, karunia, dan anugerah-Nya yang telah diberikan selama penulisan skripsi ini yang diajukan sebagai salah satu persyaratan akhir kelulusan studi Komunikasi Pemasaran jenjang studi strata-1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dan banyak memberikan bantuan baik berupa bimbingan, dukungan, waktu, tenaga, dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, kepada :

1. **Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, M. Med.Kom**, sebagai Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menulis skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. **Dra. Yoyoh Herayah, Msi**, Ketua Bidang Marketing Komunikasi & Periklanan Universitas Mercu Buana.
3. **Drs. Dadan Iskandar, M.Si**, Sekretaris Bidang Marketing Komunikasi Universitas Universitas Mercu Buana.
4. Terima kasih kepada orang tua saya **Bapak Syarif Hidayat dan Ibu Trisnaningsih**, serta adik saya **Rima Rismawarni** dan kakak saya **Iman Satria** juga seluruh keluarga besar yang tiada henti memberikan doa dan semangat yang luar biasa, serta dukungan baik moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik sesuai dengan harapan.
5. Mas **Gunawan** selaku Manager marketing Kompas TV, tim sales dan marketing Kompas TV, mas **Ijonk**, mas **Egi**, mba **Afni**, mas **Boy, Daniel, Erwin**, tim Sport Production Kompas TV, atas kerjasama dan bantuannya selama penulis melakukan penelitian di Kompas TV.
6. **Daniel Tri Ardianto**, sahabat yang selalu mendampingi penulis dalam penulisan skripsi.
7. **Mas Alfa dan mas Broto** sahabat yang senantiasa telah memberikan bantuan dan dukungan dalam proses penulisan skripsi.
8. **Dahniarny Maulina Bahar**, atas support dan doanya selama pengerjaan skripsi.

9. Dan semua pihak yang telah membantudalam pelaksanaan dan penulisan skripsi.

Akhir kata, penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih kurang sempurna dan terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya saran maupun kirtik yang bersifat membangun dari seluruh pihak. Semoga laporan skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya, dan khususnya bagi diri penulis sebagai bekal untuk dimasa yang akan datang.

Jakarta, 7 Juli 2015

Penyusun,

Fajar Syahbana



DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	8
1.3. Identifikasi Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.4.1. Tujuan.....	8
1.4.2. Manfaat.....	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. <i>State Of Art</i>	10
2.2. Komunikasi	15
2.2.1. Fungsi Komunikasi	16
2.2.2. Unsur Komunikasi	17
2.2.3. Model Komunikasi.....	18
2.2.4. Komunikasi Pemasaran	24
2.3. Strategi.....	21
2.3.1. Definisi Umum Strategi.....	21
2.3.2. Definisi Khusus Strategi.....	21
2.4. Komunikasi Massa	23
2.4.1. Karakteristik Komunikasi Massa	24
2.4.2. Komponen Komunikasi Massa	26
2.4.3. Fungsi Komunikasi Massa.....	27
2.4.4. Media Massa	28
2.5. Periklanan	30

2.5.1. Pengertian Iklan	30
2.5.2. Fungsi Periklanan.....	31
2.5.3. Ciri – ciri Khas Periklanan	31
2.5.4. Tipe Periklanan	31
2.5.5. Mengembangkan dan Mengelola Program Periklanan	32
2.5.6. Mission (Menentukan tujuan periklanan atau sasaran iklan).....	32
2.5.7. Money (Memutuskan anggaran iklan)	33
2.5.8. Message (Memutuskan mengenai pesan iklan)	34
2.5.9. Media (Memutuskan mengenai media periklanan).....	35
2.5.10. Measurement (Mengevaluasi keefektifan periklanan)	36
2.6. Jenis jenis Iklan Televisi.....	37
2.7. Share dan rating Televisi	38

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....39

3.1. Paradigma Penelitian	39
3.2. Tipe Penelitian	39
3.3. Metode Penelitian.....	39
3.4. Subyek Penelitian.....	40
3.4.1. Divisi Marketing Kompas TV.....	40
3.4.2. Informan Penelitian	40
3.5. Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1. Observasi	41
3.5.2. Wawancara.....	42
3.5.3. Studi Pustaka.....	42
3.6. Teknik Analisis Data.....	42
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	44

BAB 4 HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Obyek Penelitian	45
4.1.1. Profil Perusahaan	45
4.1.2. Visi dan Misi.....	47
4.1.3. Profil Program.....	47
4.1.4. Struktur Organisasi.....	50
4.1.5. Profil Informan	51
4.2. Penyusunan dan Perencanaan Strategi Mendapatkan Pengiklan Untuk Program Serie A Italia	53
4.2.1. Latar Belakang Kebutuhan Tayangan	53
4.2.2. Riset Program Acara Sepak Bola	54
4.2.3. Riset Kompetitor	55
4.2.4. Riset Target Audience	56
4.2.5. Analisa dan Target Pemasaran.....	58
4.2.6. Perencanaan dan Strategi Pemasaran	58
4.3. Pelaksanaan Mendapatkan Pengiklan Untuk Program Serie A Italia	60
4.3.1. Eskalasi Penciptaan Program Acara Serie A	60
4.3.2. Penyusunan Paket Iklan.....	61

4.3.3. Pendekatan Dengan Prospek Pengiklan	63
4.3.4. Negosiasi dan Kontrak Dengan Prospek Pengiklan.....	65
4.3.5. Target Pemasaran.....	67
4.4.Kendala dan Evaluasi Mendapatkan Pengiklan Untuk Program Serie A Italia..	68
4.4.1. Kendala Dalam Penyusunan Rencana dan Strategi Mendapatkan Pengiklan	68
4.4.2. Kendala Dalam Pelaksanaan Mendapatkan Pengiklan	68
4.4.3. Evaluasi Sinergitas Antara Rencana dan Pelaksanaan	69
4.5.Pembahasan.....	93

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
--	-----------

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 4.0. Rundown Serie A Italia	49
Tabel 4.1. Struktur Organisasi Divisi Marketing Kompas TV	50
Tabel 4.2. Special Package Sponsorship More Benefit Serie A Italia Kompas TV.....	62
Tabel 4.3. Peta Sponsorship Serie A Italia Kompas TV.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Komunikasi Shannon Weaver.....	19
Gambar 4.1. Logo Kompas TV	45
Gambar 4.2. Logo Stasiun TV Lokal Jaringan Kompas TV.....	46
Gambar 4.3. Logo Serie A Italia	48

