

**Strategi Komunikasi Pemasaran *Java Videotron* dalam Mempromosikan
Layanan Iklan *Videotron* di Yogyakarta**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Diusulkan oleh :

ISYA MURTAFI ALIA

20120530186

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Isya Murtafi Alia
NIM : 20120530186
Program studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Strategi Komunikasi Pemasaran *Java Videotron* dalam Mempromosikan Layanan Iklan *Videotron* di Yogyakarta**” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 06 April 2017

Isya Murtafi Alia

MOTTO

“Hidup bisa dikatakan seperti *DOTA*, suatu saat kamu membutuhkan support dan suatu saat kamu juga akan memberikan support”

[Steam id : isyamurtafi]

“Kapan seseorang akan mati? Saat dia terkena tembakan? TIDAK! Saat dia terkena penyakit mematikan? TIDAK! Saat dia meminum sup dari jamur beracun? JUGA TIDAK!

SESEORANG AKAN MATI APABILA DIA TELAH DILUPAKAN”

[Dr.Hiluluk]

"Keajaiban hanya akan datang pada mereka yang memiliki keinginan untuk mendapatkannya"

[Emporio Ivankov]

“Rasa sakit itu justru datang dari hati yang tak mampu mengikuti rasa kemanusiaan dan keadilan”

[“*Knight of the Sea*” Jimbei]

“Dan jika kamu menghitung-hitung nikmat Allah S.W.T., niscaya kamu tidak akan dapat menentukan jumlahnya. Sesungguhnya Allah benar-benar Maha Pengampun lagi Maha

Penyayang”

[QS. Al-Baqarah/2 : 245]

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah S.W.T. yang telah melimpahkan rahmatnya dan rizkinya berupa kesehatan, kemudahan dan kelancaran hingga terwujudnya skripsi ini. Terwujudnya skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan orang-orang disekitar. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ayahanda Drs. Jamil dan Ibunda Jumawarni, Bsc. orang tuaku tercinta yang sangat luar biasa memberi dukungan dari awal hingga akhir dengan do'a, cinta, kasih sayang maupun materiil. Untaian ucapan terima kasih tak akan pernah cukup untuk membalas apapun yang telah kalian berikan.
2. Adik tercinta Fajriyan Husni Kamalia dan Hasan Nurizza Maulana tercinta yang selalu memberi dukungan melalui do'a, semangat dan pikiran.
3. Hannah Yohanda seseorang yang selalu ada untuk menjadi penyemangat dalam pengerjaan skripsi ini hingga akhir pengerjaan.
4. Teman-teman yang selalu menemani, memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini, Bagas Arif Buana, Feldian Pramudias, Pradana Arif, Atana Misyka, Tegar Satya, Wisnu Pamungkas, Fajar A.K., Wahyu Kipli.
5. Teman-Teman kost PH, Ilham N.F., Rendi Jomblo, Koko Wahyudi, Rizal, Ray Ade Tama, Mas Iyan, Mas Tomy dan juga teman-teman lain yang belum bisa disebutkan satu persatu.
6. Mas Popo dan Mas Andi selaku pemilik perusahaan *Java And Co*, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian disana.
7. Mas Rizal, Mas Afri, dan juga Mbak Sita, yang banyak membantu dalam proses penelitian.

8. Seluruh staff prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Teman-Teman satu perjuangan Skripsi dan keluarga besar angkatan 2012 yang telah berjuang bersama selama ini.
10. Kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah S.W.T. membalas segala kebaikannya, Amin.

Yogyakarta, 06 April 2017

Isya Murtafi Alia

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T. atas anugerah, kekuatan dan kemampuan serta petunjuk-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Java Videotron* dalam Mempromosikan Layanan Iklan *Videotron* di Yogyakarta”. Sholawat serta salam semoga terlimpahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W.

Maksud dan tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S-1 di Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selama proses perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan kontribusi dalam berbagai bentuk. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., MSc. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi.
2. Bapak Zein Muffarih Muktaf, S.IP., M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan membimbing penulis, sejak awal hingga skripsi ini selesai.
3. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn. dan Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah memberikan banyak nasihat serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Kepada seluruh dosen dan pegawai Departemen Ilmu Komunikasi, penulis mengucapkan terima kasih telah banyak membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyelesaian skripsi.
5. Kepada pihak *Java Videotron*, yang menjadi obyek pada penelitian penulis.

Penulis menyadari bahwa apa yang tertulis dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka jika ada saran dan kritik dari pembaca akan menjadikan suatu tambahan wawasan dan informasi yang sangat berguna bagi penulis dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca dan membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 06 April 2017

Penulis

Isya Murtafi Alia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT PENELITIAN	7
E. KAJIAN PUSTAKA	7
1. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran	7
2. Pengertian Periklanan	13
3. Pengertian <i>Videotron</i>	16
F. METODE PENELITIAN	20
1. Jenis Penelitian	20
2. Objek Penelitian	21
3. Tempat dan Waktu Penelitian	21
4. Teknik Pengumpulan Data	21
5. Teknik Analisis Data	23
6. Teknik Validitas Data	24
BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah dan Latar Belakang Perusahaan	25
B. Logo <i>Java Videotron</i>	26
C. Visi dan Misi <i>Java Videotron</i>	27
D. Struktur Organisasi <i>Java Videotron</i> 2016-2017	27

E. Lokasi <i>Java Videotron</i>	29
F. Titik Lokasi Videotron.....	29
BAB III. PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Sajian Data	36
1. Videotron	38
2. Strategi Komunikasi <i>Java Videotron</i>	44
a) Analisis Situasi	44
b) Identifikasi Audiens sasaran	46
c) Menentukan Tujuan Komunikasi	48
d) Merancang Pesan.....	50
e) Memilih Media Komunikasi.....	53
f) Menentukan Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	56
g) Menentukan Bauran Komunikasi Pemasaran.....	57
h) Mengukur Hasil Promosi.....	61
B. Pembahasan	63
1. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Java Videotron</i>	63
a) Tantangan <i>Java Videotron</i> dalam perubahan Teknologi media periklanan luar ruang	63
b) Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan <i>Java Videotron</i>	66
2. Personal Selling Sebagai Media Komunikasi Yang Paling Efektif Bagi <i>Java Videotron</i>	69
3. Hambatan Yang Dihadapi <i>Java Videotron</i>	71
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo <i>Java Videotron</i>	26
Gambar 2. Struktur Organisasi <i>Java And Co</i>	28
Gambar 3. Lokasi <i>Videotron</i> Deggung, Sleman, Yogyakarta	29
Gambar 4. Lokasi <i>Videotron</i> Tugu, Yogyakarta	30
Gambar 5. Lokasi <i>Videotron</i> Galleria Mall, Yogyakarta.....	30
Gambar 6. Lokasi <i>Videotron</i> Jalan Jenderal Sudirman, Yogyakarta	31
Gambar 7. Lokasi <i>Videotron</i> Kleringan Abu Bakar Ali, Yogyakarta	31
Gambar 8. Lokasi <i>Videotron</i> Malioboro, Yogyakarta	32
Gambar 9. Lokasi <i>Videotron</i> Terminal Giwangan, Yogyakarta	32
Gambar 10. Lokasi <i>Videotron</i> Klodran, Bantul, Yogyakarta	33
Gambar 11. Proses pembangunan <i>videotron</i> di lokasi barat Tugu Yogyakarta	43
Gambar 12. Tampilan iklan yang ditayangkan melalui <i>videotron</i> (Galeria, Yogyakarta)	43
Gambar 13. Contoh pesan <i>Java Videotron</i> yang terdapat pada media iklan <i>videotron</i>	51
Gambar 14. Contoh pesan <i>Java Videotron</i> yang terdapat pada media iklan <i>videotron</i>	51
Gambar 15. Contoh pesan dalam brosur penawaran <i>Java Videotron</i>	52
Gambar 16. Komunikasi Personal dan Non-Personal di Swaragama FM Yogyakarta	55
Gambar 17. Komunikasi Personal yang dilakukan oleh <i>Java Videotron</i>	55
Gambar 18. Contoh rate card <i>Java Videotron</i>	58
Gambar 19. Contoh iklan <i>Java Videotron</i> melalui salah satu site <i>videotron</i> -nya.....	58