

**AKTIFITAS PROMOSI
PERIKLANAN *BELOW THE LINE*
ES LILIN NJONJA BESAR 2016**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Clara Candra Floriyana

20130530256

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

MOTTO

Hidup itu butuh perjuangan, berjuanglah walaupun banyak halangan dan rintangan.

(Keep Fighting and Never Give Up)

(Clara Candra)

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya ini untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayahnya dan memberikan penulis kesehatan untuk menyelesaikan karya ini.
2. Ayah dan Bunda yang selalu memberikan dukungan penuh dan yang selalu mendoakan penulis.
3. Kedua adik penulis yang telah memberikan semangat untuk menuntaskan karya ini.
4. Bapak Risdiyanto, Bapak Eko serta karyawan yang lain Es Lilin Njonja Besar yang telah membantu memberikan informasi tentang perusahaannya sehingga penulis menuntaskan karya ini.
5. Justin selaku sales Es Lilin Njonja Besar yang telah membantu memberikan saran dan semangat untuk menyelesaikan karya ini.
6. Teman-teman UMY yang telah menghibur penulis dan memberi semangat.
7. Nurul, Wilda dan Dede yang telah meluangkan waktu untuk hadir di ujian siding pendadaran penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunianya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi untuk mendapat gelar Strata 1.

Selama penulis penelitian di Es Lilin Njonja Besar, penulis mendapatkan banyak informasi tentang aktifitas promosi periklanan *below the line* yang diaplikasikan oleh pihak Es Lilin Njonja Besar.

Maksud dan tujuan dari penulis Karya Skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan untuk memperoleh gelar Strata 1 Ilmu Komunikasi konsentrasi Periklanan. Selain itu penulis juga mencoba menerapkan dan membandingkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lingkungan kerja.

Penulis merasa bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih menemui beberapa kesulitan dan hambatan, disamping itu juga menyadari bahwa penulis Skripsi masih kurang sempurna dan masih banyak kekurangan lainnya, maka dari itu penulis mengharap saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Penulis berharap bahwa nantinya Skripsi ini cukup berguna bagi para pembaca dan bisa digunakan sebagai referensi.

Banyak hambatan yang menimbulkan kesulitan dalam menyelesaikan penulisan Skripsi ini, namun berkat bantuan dari berbagai pihak akhirnya kesulitan yang timbul dapat diatasi.

Untuk itu atas segala bantuannya penulis mengucapkan terimakasih yang banyak kepada yang terhormat :

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid S.IP., M.Sc selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, memeriksa serta memberi pengarahan dalam menyusun Skripsi.

2. Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn. selaku Penguji 1 Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn selaku Penguji 2 Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.Ikom selaku Ketua Kosentrasi Periklanan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi pertama yang telah mengizinkan penulis pindah Dosen Pembimbing untuk menuntaskan karya ini.
5. Bapak Risdiyanto selaku Kepala Cabang Es Lilin Njonja Besar yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian.
6. Bapak Eko Riyadi selaku Marketing Es Lilin Njonja Besar yang telah memberikan informasi untuk penelitian.
7. Mas Justin dan Mas Yosi selaku Sales Es Lilin Njonja Besar yang telah memberikan informasi untuk penelitian di lapangan.
8. Ayah dan Bunda penulis yang telah memberi dukungan penuh dan selalu mendoakan.
9. Bapak Jono dan Bapak Muryadi selaku TU Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu membantu untuk melancarkan semua persyaratan Skripsi ini.

Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya dan membalas segala alam budi serta kebaikan pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyusunan laporan ini dan semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN i

HALAMAN PENGESAHAN ii

MOTTO iii

HALAMAN PERSEMBAHAN iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR BAGAN xii

DAFTAR GAMBAR xiii

ABSTRAK xv

BAB I. PENDAHULUAN 1

A. LatarBelakangMasalah	1
B. RumusanMasalah	10
C. TujuanPenelitian	10
D. ManfaatPenelitian	10
E. KerangkaTeori	11
1. Promosi	11
a. PengertianPromosi	11
b. TujuanPromosi	12
c. Bentuk-bentukPromosi	12
2. Periklanan	13
a. PengertianPeriklanan	13
b. FungsiPeiklanan	13
c. TujuanPeriklanan	14
3. IklanLiniBawah (<i>Below The Line</i>)	15
a. PengertianIklanLiniBawah (<i>Below The Line</i>)	15
b. TujuanIklanLiniBawah (<i>Below The Line</i>)	16
c. Media IklanLiniBawah (<i>Below The Line</i>)	16
d. StrategiKreatifdanTaktikKreatifIklanLiniBawah	24
1) StrategiKreatif	24
2) TaktikKreatif	25
F. MetodologiPenelitian	28
1. MetodePenelitian	28
2. SubyekPenelitiandanLokasiPenelitian	29
3. MetodePengumpulan Data	30
BAB II. PROFIL UMUM PERUSAHAAN	32

A. ProfilPerusahaan	32
B. Lokasi Perusahaan	33
C. Logo Perusahaan	34
D. VisidanMisi	34
E. StrukturOrganisasi	35
F. TugasdanTanggungJawab	36
G. ProdukPerusahaan	38
H. Outlet.....	40
BAB III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	44
A. Sajian Data	44
1. DeskripsiAktifitasPromosiEsLilinNjonjaBesar	44
2. TujuanAktifitasPromosiEsLilinNjonjaBesar	45
3. DeskripsiPeriklananEsLilinNjonjaBesar	48
4. TujuanPeriklananEsLilinNjonjaBesar	48
5. FungsiPeriklananEsLilinNjonjaBesar	51
6. Deskripsi <i>Below The Line</i> EsLilinNjonjaBesar	54
7. Tujuan <i>Below The Line</i> EsLilinNjonjaBesar	54
8. Media <i>Below The Line</i> EsLilinNjonjaBesar	55
9. Strategi&TaktisKreatif <i>Below The Line</i> EsLilinNjonjaBesar ...	65
B. AnalisisData	68
1. AktifitasPromosiEsLilinNjonjaBesar	68
2. PeriklananEsLilinNjonjaBesar.....	72
3. Media LiniBawah (<i>Below The Line</i>)EsLilinNjonjaBesar.....	77
BAB IV.PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85

B. Saran	86
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel1	7
Table 2	8
Table 3	40

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	4
Gambar 2	5
Gambat 3	34
Gambar 4	34
Gambar 5	38
Gambat 6	40
Gambar 7	41
Gambar 8	41
Gambat 9	42
Gambar 10	42
Gambar 11	43
Gambat 12	43
Gambar 13	47
Gambar 14	47
Gambat 15	47
Gambar 16	51
Gambar 17	51
Gambat 18	57
Gambar 19	59
Gambar 20	60
Gambat 21	62
Gambar 22	62
Gambar 23	64
Gambat 24	64
Gambar 25	66

Gambat 26	66
Gambar 27	67
Gambar 28	67
Gambat 29	68
Gambat 29	68
Gambar 30	68