

UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI KOMUNIKASI PEMASARAN

Universitas
Esa Unggul
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama Tiara Anggraini Wijaya
N I M 2014 – 51 – 005
Konsentrasi Komunikasi Pemasaran
Judul Strategi *Media Promotion* PT Media Musik Proaktif dalam
mempublikasikan artis-artisnya

Jakarta, Agustus 2018

Ketua Bidang Konsentrasi

Pembimbing Materi



(Euis Nurul Bahriyah, SE, M Si)

(Euis Nurul Bahriyah, SE, M Si)

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI KOMUNIKASI PEMASARAN**

Universitas
Esa Unggul
TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Telah diuji di Jakarta 30 Agustus 2018

Dinyatakan (Lulus / Tidak Lulus)

Nama Tiara Anggraini Wijaya

N I M 2014 – 51 – 005

Konsentrasi Komunikasi Pemasaran

Judul Strategi *Media Promotion* PT Media Musik Proaktif dalam mempublikasikan artis-artisnya

Sidang Penguji

Ketua Penguji.

(Euis Nurul B. SE, M Si)

Penguji Anggota

(Dr. Halimudin Harahap, M Si)

Penguji Anggota

(Abdurrahman, MS)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiara Anggruni Wijaya
NIM : 2014 11 005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Marketing Communication

Dengan ini menyatakan bahwa data yang terdapat dalam Skripsi S1 saya yang berjudul Strategi Media Promotion dan Personal Selling
Pt Media Musik Proaktif Dalam Mempublikasikan Artis Artisnya.

Adalah MURNI hasil penelitian saya pribadi

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa data dan judul Skripsi saya ini merupakan hasil plagiat atau jiplakan dan karya orang lain, maka sesuai dengan etika ilmiah, saya menyatakan bersedia untuk dikenakan sanksi seberat-beratnya termasuk PEMBATALAN " Gelar Akademik " saya oleh Universitas Esa Unggul Jakarta

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Jakarta, 7 Agustus 2018

Yang membuat Pernyataan


(tiara anggruni wijaya)

ABSTRAK

Nama/NIM : Tiara Anggraini Wijaya/201451005
Judul : Strategi *Media Promotion* PT. Media Musik Proaktif dalam mempublikasikan artis-artisnya
Jumlah halaman : 74 Halaman
Kata Kunci : *Media Promotion, PT Media Musik Proaktif, Publikasi*
Daftar Pustaka : 46 Judul Buku

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *media promotion* yang digunakan PT Media Musik Proaktif dalam mempublikasikan artis-artisnya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dilakukan pada departemen promosi PT Media Musik Pro Aktif dengan desain penelitian *multi embedded* dimana penelitian ini hanya terdiri dari satu kasus yang diteliti dan penelitian ini juga menyangkut lebih dari satu pihak yang berkaitan.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa strategi promosi dengan *media promotion* yang digunakan PT. Media Musik Proaktif untuk mempublikasikan artis-artisnya bisa dikatakan efektif khususnya di era yang sekarang lebih banyak menggunakan media digital sebagai sarana untuk berinteraksi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunianya yang diberikan pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini bertujuan untuk meneliti tentang Strategi *Media Promotion* PT. Media Musik Proaktif dalam mempublikasikan artis-artisnya. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul Jakarta. Penelitian ini merupakan penerapan ilmu komunikasi yang penulis peroleh dalam perkuliahan.

Dalam menyusun skripsi, banyak pihak yang membantu, mendukung serta memberikan bimbingan kepada penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Keluarga penulis yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan laporan khususnya untuk Ibu.
2. Bapak Dr. Ir Arief Kusuma, selaku Rektor Universitas Esa Unggul.
3. Bapak Dr. Halomoan Harahap M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.
4. Terimakasih kepada seluruh Kepala Jurusan Fakultas Ilmu Komunikasi, terutama Kepala Jurusan Marcomm yaitu Ibu Euis Nurul Bahriyah, SE. M.Si
5. Dosen pembimbing penulis yaitu Ibu Euis Nurul Bahriyah, SE. M.Si yang telah membimbing serta memberikan saran dan referensi kepada penulis dalam pembuatan skripsi
6. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh dosen yang mengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi, serta staf Fikom yang membantu memberikan panduan penulisan skripsi
7. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada PT. Media Musik Proaktif dan seluruh staff yang telah membantu penulis memberikan informasi untuk penelitian ini.
8. Terimakasih untuk teman-teman yang sedang dan akan melakukan Kuliah Kerja Praktek, Seminar Proposal dan Tugas Akhir, khususnya untuk M Rezza Fachri P, Mia Audina, Safira Rahmani, Zaka Suntara, dan Winda Fadillah yang selalu menyemangati penulis.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari Seminar Proposal ini masih belum sempurna dan tidak lepas dari kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik pembaca laporan ini, sehingga penulis dapat memperbaiki di kesempatan berikutnya.

Jakarta, 1 Agustus 2018

(Tiara Anggraini Wijaya)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR BAGAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Secara Teoritis	4
1.4.2 Secara Praktis	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Proses Komunikasi	8
2.1.2 Unsur Unsur Komunikasi	9
2.1.3 Fungsi Komunikasi	10
2.2 Komunikasi Massa.....	11
2.2.1 Fungsi Komunikasi Massa.....	13
2.2.2Efek Komunikasi Massa	15
2.2.3Media Massa	16
2.3 Strategi Promosi	17
2.3.1 Variabel-Variabel Strategi Promosi.....	18
2.3.2 Tujuan Promosi	20
2.3.3Fungsi Promosi	22
2.4 Media Promosi.....	24
2.4.1 Konvergensi Media	27
2.5 Komunikasi Pemasaran	28
2.5.1 Bauran Pemasaran	29
2.6 Advertising Campaign.....	32
2.7 Publikasi	33
2.7.1 Media Publikasi.....	34
2.7.1.1 Faktor-Faktor Pemilihan Media Periklanan.....	37

2.8	Menentukan Strategi Media	39
2.9	Definisi Konsep.....	42
2.10	Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		44
3.1	Metode Penelitian.....	44
3.2	Desain Penelitian.....	45
3.3	Sumber Data.....	47
3.4	Key Informan dan Informan	48
3.5	Teknik Pengumpulan Data	49
	3.5.1 Data Primer.....	50
	3.5.2 Data Sekunder	51
3.6	Keabsahan Data	52
3.7	Rencana Analisis Data.....	55
BAB IV Pembahasan		58
4.1	Hasil Penelitian	58
	4.1.1 Profil PT Media Musik Proaktif.....	58
	4.1.1.1 Struktur Team PT Media Musik Proaktif.....	60
	4.1.1.2 Naungan PT Media Musik Pro Aktif.....	60
	4.1.1.3 Publik Figur dibawah naungan Pro Aktif.....	60
4.2	Identitas Key Informan dan Informan	61
4.3	Hasil Penelitian dan Pembahasan	61
	4.3.1 Proses merumuskan ide dalam mempromosikan artis.....	62
	4.3.2 Bagaimana mengaplikasikan Strategi Promosi tersebut	63
	4.3.3 Apa Tools IMC yang berpengaruh dalam mempromosikan? ..	64
	4.3.4 Segmentasi Pasar PT Media Musik Proaktif.....	66
	4.3.5 Cara PT Media Musik Proaktif mempromosikan artis	67
	4.3.6 Kendala utama dalam mempublikasikan publik figur	69
BAB V PENUTUP		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	74
 LAMPIRAN		
 DAFTAR PUSTAKA		
 DAFTAR RIWAYAT HIDUP		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Jenis – Jenis Media</i>	27
Tabel 3.1 <i>Tipe-Tipe Dasar Desain Studi Kasus</i>	50



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.2 <i>Kerangka Pemikiran</i>	47
Bagan 4.1.1.1 Struktur Team PT. Media Musik Proaktif.....	61