



# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MOVIE BOX**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Movie Box**

**Yogyakarta Dalam Menarik Minat Konsumen)**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**Danang Harunata**

**20030530088**

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

**2008**

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MOVIE BOX**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Movie Box**

**Yogyakarta Dalam Menarik Minat Konsumen)**

# **MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF MOVIE BOX**

**(Descriptive Study of Marketing Communication Movie Box To Get Consumer**

**Interest)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada**

**Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Univesitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Disusun Oleh**

**DANANG HARUNATA**

**20030530088**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

---



Skripsi

Telah dipertahankan dan disahkan di depan penguji Jurusan Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada

Hari : Sabtu  
Tanggal : 26 Juli 2008  
Tempat : Ruang Hibah Ilmu Komunikasi

Susunan Tim Penguji

Ketua

  
**Fajar Iqbal S.IP, M.Si.**

Penguji I

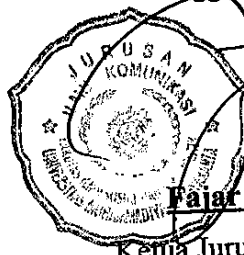
  
**Tri Hastuti Nur R. S.Sos, M.Si.**

Penguji II

  
**Zein Mufarrih M. S. IP.**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana (S1)

Tanggal : 1 Agustus 2008



  
**Fajar Iqbal S.IP, M.Si**

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

## **Terima kasih untuk :**

### **Gusti Pangeran Allah SWT**

Atas segala berkah, rahmat, dan hidayahNya

### **Nabi Muhammad SAW**

Atas petunjuk dan ajaranNya

### **Bapak Bambang Harjadi dan Ibu Indarti**

Atas segala pengorbanan, perhatian, dan arahan

### **Mbak Hermien Sawitri dan Mas Agam Setyadi**

Atas segala bantuan, dan doa yang dipanjatkan

### **Keluarga Besar Simbah Soekro**

Atas segala doa, bantuan, dan dorongan

### **Tri Handayani**

Atas segala kasih sayang yang tercurah, dan pengertian yang diberikan,

### **Keluarga besar Bapak Wignyo Wiyono**

terima kasih telah berkenan berkenalan dengan saya, semoga apa yang kami cita-citakan dapat segera terwujud.. amin...

### **Teman-teman Ilmu Komunikasi 2003 (SIP)**

Rezhi Yuliatmoko, SIP (gek rabi wae, teng!!); Angga Lesmana, SIP (madang durung, Jo!!); M. Irham, SIP; Agus Susanto, SIP; Dwi Mandalena, SIP; Aris Wasita, SIP; Agung Prihatini, SIP; dll (gene gur ngono thok!!!)

### **Teman-teman Ilmu Komunikasi 2003**

Agung Prastyo (Jagad kesuwen sing nunggu Bapake Dab!!), Heri Triyana, Fitri Hermawati, Herman Susilo, Nisa Amalia, Reni Ratna Dewi, Febrial Andarta, dll.

### **Teman-teman Lubang Kunci 'kompom mledug'**

Agus Darmawan, Wisnu 'Wisanggeni' Prasetyo, Wijaya, Willy Darmawan, Tri Arti, Joni Hermawan, Tommy Fahrizal, Hernawan Agus, Amrulloh Hidayat, Yuda Kurniawan Arifianto

**Teman-teman phornografer**

FPM.Badruzzaman, Agung Gimbal, Hanip Burhanip, Risky Plat A,

**Teman-teman gubuk reot UK**

FP. Taufiqurrahman (yuuks), Al Iwan (pripun pak wartawan), Taufik Marzuki (selak gempu meneh lho dab, ayo gek dirampungke!!!), Fajar Ahmadi (Nila 2,5 kwintal, dab!!!), Nowo Sugareng (jo kakehan mangan kates ndak tmbah cerewet), Nanang (piye dab?), Ahmad 'Bongong' Karyadi.

**Teman-teman pencari uang**

Mas Teguh Black Aji Prasetyo (pripun pak TL), Mang Bambas Widjanarko (Jo kakehan teori, Mas), Sujatmiko Tri Atmojo (telone endi dab), Endah Julianti (wis, karo bayu wae), Bayu Yoga (wis karo endah wae), Bayu Fajar Hakim (mobilku payu piro ki?), Atang Wijiyanto (sori yow tang, tp raimu elek tenan lho..)

**Teman-teman Sugeng Ndalu community**

Dwi Utama Surya Atmaja, Dimas Sutikno Putro, Surya Budi Hendrawan, Cosmas Anindito, Surya Laksana Satria, Nur Ichsan Syuhada, Yosi Andika, Sumarsono, Guntur Soekarno Putra, Iqbal, Yadi Manuver,

**Teman-teman yang lain**

Dian Insani 'Iyun' Ambarwati, Idham Widya Wicaksono, Muh Dany 'gogon' Widyawan, Martha Pitasari,

**Teman-teman yang tidak bias disebutkan Karen terbatasnya kemampuan memori peneliti !!!**

Sori lali dab!!!

**Motor Tiger AB 5704 IN, Komputer AMD Sempron, Motor Astrea Grand, Handphone n5510, handphone 6120c, Gubuk Deritaku Kadisoka no.16, Sepeda Kumbang Umar Bakrie**

Terima Kasih yang sangat !!!

Taman-taman perumahan

Taman-taman perumahan

Taman-taman perumahan

Taman-taman perumahan

Taman-taman perumahan

Taman-taman perumahan yang tidak dapat diakses karena keterbatasan kemampuan penduduk di

Motor Tiger 125 cc, Komputer AMD Sempron, Motor Asean  
Gard, Handphone 22510, Handphone 61300, Garpu Dentasi  
Dan soka no. 16, Sebedi Kumbarang Umar Barrie

Dengan tetap mematuhi hal-hal yang tak ditakdirkan untuk kulakukan, aku kini mengerti bahwa kekuatanku adalah hasil kelemahanku,kesuksesanku adalah akibat kegagalanku,dan gayaku langsung berkaitan dengan keterbatasanku.

**Billy Joel**

“ Hai orang - orang yang beriman, apakah sebabnya apabila dikatakan kepada kamu, berangkatlah (untuk berperang) pada jalan Allah”,

Kamu merasa berat dan ingin tinggal ditempatmu?

Apakah kamu merasa puas dengan kehidupan di dunia sebagai ganti kehidupan di akhirat? Padahal kenikmatan hidup di dunia (dibandingkan dengan kehidupan) di akhirat hanyalah sedikit”

**(Qs. At – Taubah ayat 38)**

**Tidak ada kewan yang abadi kecuali kenangannya**

Dengan tetap memantahi hal-hal yang tak dikeskikan untuk kulakulan, aku kini mengerti bahwa kerutanan adalah hasil kelemahan, kesuksesanku adalah akibat kegagahannya, dan gayaku langsung berkaitan dengan terapatannya.

Billy Joel

"Ini orang - orang yang berminat, apakah sebenarnya yang dikatakan kepada kamu tentang (musik berprestasi) pada tahun 1977."

Kamu merasa perlu untuk tetap dipertahankan?

Apakah kamu merasa perlu dengan ketiadaan di dunia sebagai, suatu kehidupan di sekitar, bahkan ke lingkungan hidup di dunia (dibandingkan dengan kehidupan, "tindakan" yang sedikit).

(20 April - 1977) (38)

Tidak ada kesenangan yang abadi, kecuali kesenangan...

Must be true



## **KATA PENGANTAR**

***Assalamualaikum Wr. Wb.***

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Movie Box (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Movie Box dalam menarik minat konsumen)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Karya tulis ini tidak akan bisa selesai tanpa mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Tulus Warsito selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Fajar Iqbal, S.IP, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta Dosen Pembimbing Skripsi satu.
3. Zein Muffarih Muktaf, S.IP, selaku Dosen Pembimbing Skripsi dua.
4. Ibu Tri Hastuti N.R, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji Skripsi.
5. Segenap Dosen pengajar beserta Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Qiyasatda qat'iyatlar qo'yulmasi

- 2) Zorunda bo'lgan hollarda qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar
- 4) Qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi
- 3) Qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi

Qiyasatda qat'iyatlar qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar

- 3) Qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi
- Qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi

1) Qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi

qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi

qiyasat qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi bilan bog'liq qiyasatlar qo'yilmasi

**QIYASAT QO'YILMASI**

6. Kedua Orang tuaku, Bapak Bambang Harjadi dan Ibu Indarti, terima kasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap karyawan Movie Box Yogyakarta atas segala keramahan dan ijin atas penelitian ini.
8. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan semuanya dalam penyelesaian skripsi ini.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Peneliti

**Danang Harunata**

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	<b>i</b>
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	<b>ii</b>
<b>Halaman Persembahan</b> .....	<b>iii</b>
<b>Halaman Motto</b> .....	<b>vi</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>vii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xiv</b>
<b>Abstraksi</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
D. Kerangka Teori.....	6
1. Komunikasi Pemasaran.....	6
2. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	18
2.1. Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran .....	19

2. 2. Strategi Pemilihan Media .....	21
2. 3. Strategi <i>Copy Iklan</i> .....	22
E. Metode Penelitian .....	31
1. Metode Penelitian .....	31
2. Teknik Pengumpulan Data.....	32
a. Wawancara.....	32
b. Rekaman Arsip.....	32
c. Studi Pustaka.....	33
3. Teknik Analisis Data.....	34
4. Objek Penelitian.....	35
5. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	35
<b>BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Sejarah Berdirinya Movie Box.....	36
B. Lokasi Perusahaan .....	38
C. Visi dan Misi Movie box.....	38
1. Visi Movie Box.....	38
2. Misi Movie Box.....	38
D. Struktur Organisasi.....	39
E. Produk Movie Box.....	42
1. Rental VCD/DVD.....	42
2. Homecinema Room.....	43
3. <i>Lounge</i> .....	45

<b>BAB III. PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A. Pelaksanaan dan Fungsi Strategi Komunikasi Pemasaran di Movie Box Yogyakarta.....	48
B. Strategi Komunikasi Pemasaran Movie Box Yogyakarta .....	49
1. Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran .....	49
2. Strategi Pemilihan Media .....	55
a. Media Elektronik .....	56
b. Media Lini Bawah .....	58
3. Strategi <i>Copy Iklan</i> .....	60
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran di Movie Box Yogyakarta.....	61
D. Analisis Data.....	63
1. Mengidentifikasi Audiens Sasaran.....	64
2. Menentukan Tujuan Komunikasi .....	67
3. Merancang Pesan.....	68
4. Pemilihan Saluran Komunikasi.....	68
5. Mengalokasikan Total Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	69
6. Memutuskan Mengenai Bauran Komunikasi Pemasaran.....	71
a. <i>Above The Line</i> .....	72
b. <i>Below The Line</i> .....	73
7. Mengukur Hasil Komunikasi Pemasaran.....	77

8. Mengelola dan Mengkoordinasikan seluruh Proses Komunikasi Pemasaran.....	83
<b>BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>93</b>
<b>I AMBIDAN</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.a	Implementasi media radio bulan April 2008.....	57
Tabel 3.b	<i>Promotion Work Plan</i> .....	78
Tabel 3.c	Member Baru Movie Box Per 2007.....	80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konsep Inti Pemasaran.....	9
Gambar 1.2	Model Komunikasi Pemasaran.....	11
Gambar 2.1	Logo Movie Box Yogyakarta.....	36
Gambar 2.2	Denah Lokasi Movie Box.....	38
Gambar 2.3	Struktur Organisasi Movie Box.....	40
Gambar 2.4	<i>Deluxe Room</i> .....	44
Gambar 2.5	<i>Suite Room</i> .....	44
Gambar 2.6	<i>Family Room</i> .....	45
Gambar 2.7	<i>VIP Room</i> .....	45
Gambar 2.8	<i>Lounge Movie Box</i> .....	46
Gambar 3.1	<i>Merchant Partner Movie Box</i> .....	51
Gambar 3.2	<i>Leaflet 1 Movie Box</i> .....	58
Gambar 3.3	<i>Leaflet 2 Movie Box</i> .....	59
Gambar 3.4	<i>Leaflet 3 Movie Box</i> .....	60