

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas segala berkat dan rahmat yang telah diberikan – Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Skripsi dengan judul “Aktivitas Promosi Universal Music Indonesia dalam Membangun *image* Produk di Masyarakat” ini disusun untuk melengkapi syarat tugas akhir dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pelita Harapan.

Peneliti menyadari tanpa bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan andil bagi peneliti baik secara langsung dan tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini, yakni kepada :

1. Kedua orang tua peneliti, Bapak Muhammad Rabudi dan Ibu Arshantie Kasoema atas semangat dan doa yang tidak pernah putus
2. Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan
3. Dr.phil. Deborah N. Simorangkir, B.A., M.S. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan
4. Drs. L.Y. Joko Suratmo, M.S. Selaku dosen pembimbing yang telah membantu memberikan informasi, nasehat, kesabaran, kritik dan saran yang

membangun serta dorongan untuk memotivasi peneliti selama proses pengerjaan skripsi.

5. Ibu Rose Emmaria Tarigas S.Sos., M.Si. Selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas kesabaran, nasehat, kesetian serta dukungannya kepada peneliti selama peneliti menuntut ilmu di Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan
6. Bapak Tandil Wijaya *selaku Office Administrations* PT.Universal Music Indonesia yang telah mengizinkan kan peneliti untuk melakukan penelitian serta kesabarannya dalam memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan oleh peneliti.
7. Ibu Eriza Meina *selaku Promotion Local Manager* yang telah membantu memberikan informasi dan gambaran mengenai aktivitas promosi yang dilakukan oleh Universal Music Indonesia dalam membangun *image* produknya di masyarakat secara lengkap.
8. Orang-orang yang selalu menyemangati, memberikan dorongan dan bantuan kepada peneliti selama proses pengerjaan skripsi yakni, Aldo, Oyenk, Bemby Noor, Alvin, Afif Gifano, Asta, Yaya, Febri, Dila, Mita, Iffa, Rima, Hasya, Ryza, Wira, Lani, Triani, Maya, Vega, Christin, Adhe, Rizhky dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu peneliti sangat terbuka dalam menerima saran dan

kritik yang diberikan. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi khlayak yang membacanya.

Karawaci, 6 Agustus 2012

(Shera Fanesa)



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.6 Sistematika Penulisan	10

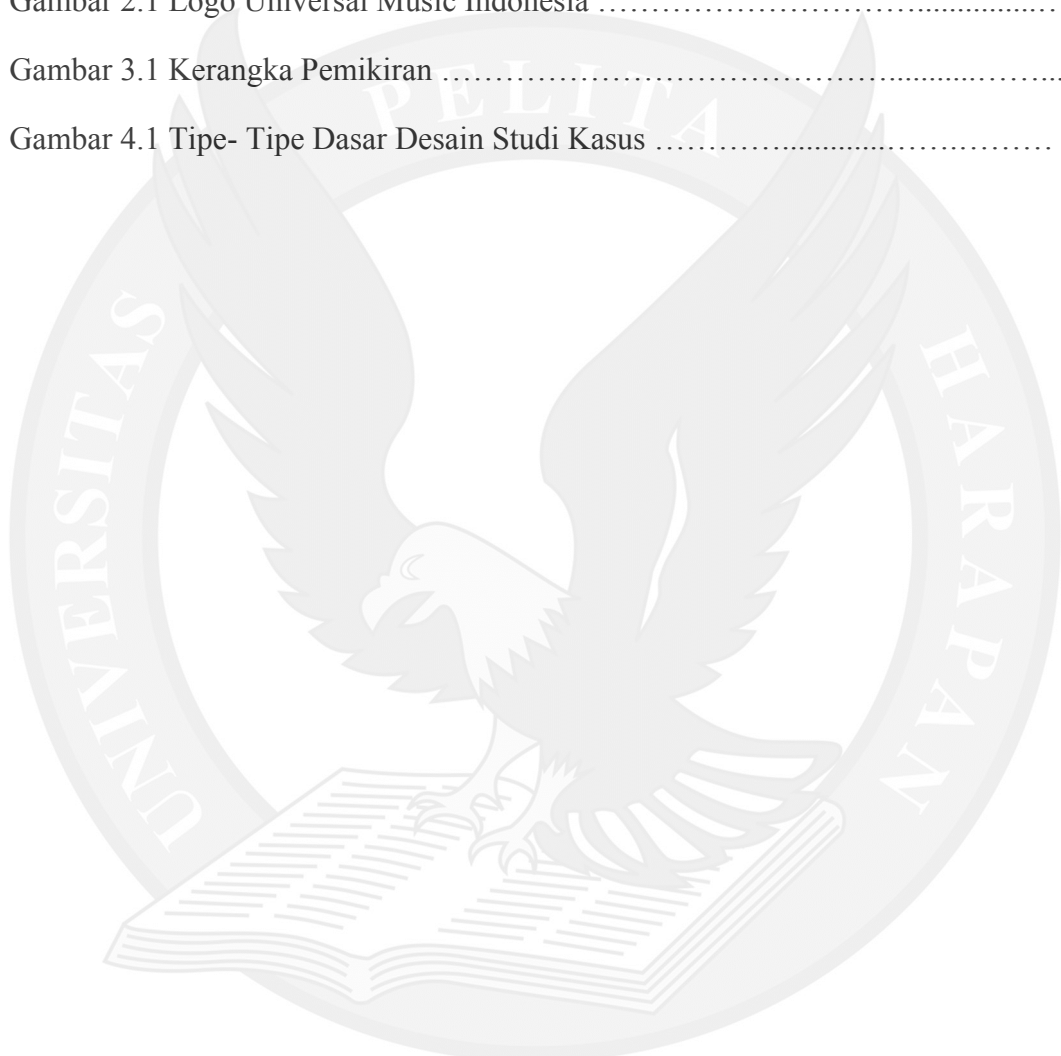
BAB II	OBJEK PENELITIAN	
2.1	Sejarah Singkat Universal Music Indonesia	12
2.2	Visi dan Misi Universal Music Indonesia	13
2.3	Logo Universal Music Indonesia	14
2.4	Struktur Organisasi Universal Music Indonesia	15
2.5	Strategi dan Penanganan Promosi	20
2.6	Produk Universal Music Indonesia	21
2.7	Aktivitas Promosi dalam Membangun <i>image</i> Produk di Masyarakat	24
2.8	SWOT Universal Music Indonesia	25
BAB III	TINJAUAN PUSTAKA	
3.1	Komunikasi	30
3.1.1	Definisi Komunikasi	30
3.1.2	Tujuan Komunikasi	33
3.2	<i>Public Relations</i>	34
3.2.1	Definisi <i>Public Relations</i>	34
3.2.2	Fungsi <i>Public Relations</i>	38
3.2.3	Tujuan <i>Public Relations</i>	39
3.2.4	Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	40
3.2.4.1	<i>Internal Public Relations</i>	41
3.2.4.2	<i>Eksternal Public Relations</i>	43

3.3	<i>Marketing Public Relations</i>	44
3.3.1	Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	44
3.3.2	Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	47
3.4	Promosi.....	48
3.4.1	Definisi Promosi	48
3.5	<i>Promotion Mix</i>	51
3.5.1	<i>Advertising</i> (Periklanan)	52
3.5.2	<i>Personal Selling</i> (PenjualanPerseorangan)	53
3.5.3	<i>Publicity</i> (Publisitas)	54
3.5.4	<i>Sales Promotion</i> (PromosiPenjualan)	54
3.6	Tujuan Promosi	55
3.7	<i>Image</i> produk	57
3.7.1	Definisi <i>Image</i>	57
3.7.2	Definisi Produk	58
3.7.3	Definisi <i>Image</i> Produk	60
3.8	Kerangka Pemikiran	61
BAB IV	METODOLOGI PENELITIAN	
4.1	Pendekatan Penelitian	64
4.2	Metode Penelitian	66
4.3	Desain Peneltian	68
4.4	Teknik Pengumpulan Data	70
4.4.1	Data Primer.....	70

4.4.2	Data Sekunder.....	71
4.5	Sumber Data	72
4.6	Unit Analisis	74
4.7	Keabsahan Data	75
4.8	Analisis Data	78
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1	Hasil Penelitian	81
5.1.1	Aktivitas pada tahap <i>planning</i>	82
5.1.2	Aktivitas pada tahap <i>organizing</i>	93
5.1.3	Aktivitas pada tahap <i>actuating</i>	98
5.1.4	Aktivitas pada tahap <i>controllig</i>	113
5.1.5	Kendala dalam melakukan aktivitas promosi	117
5.2	Pembahasan.....	119
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan	157
6.2	Saran	159
	DAFTAR PUSTAKA	162
	LAMPIRAN	
	CURRICULLUM VITAE	

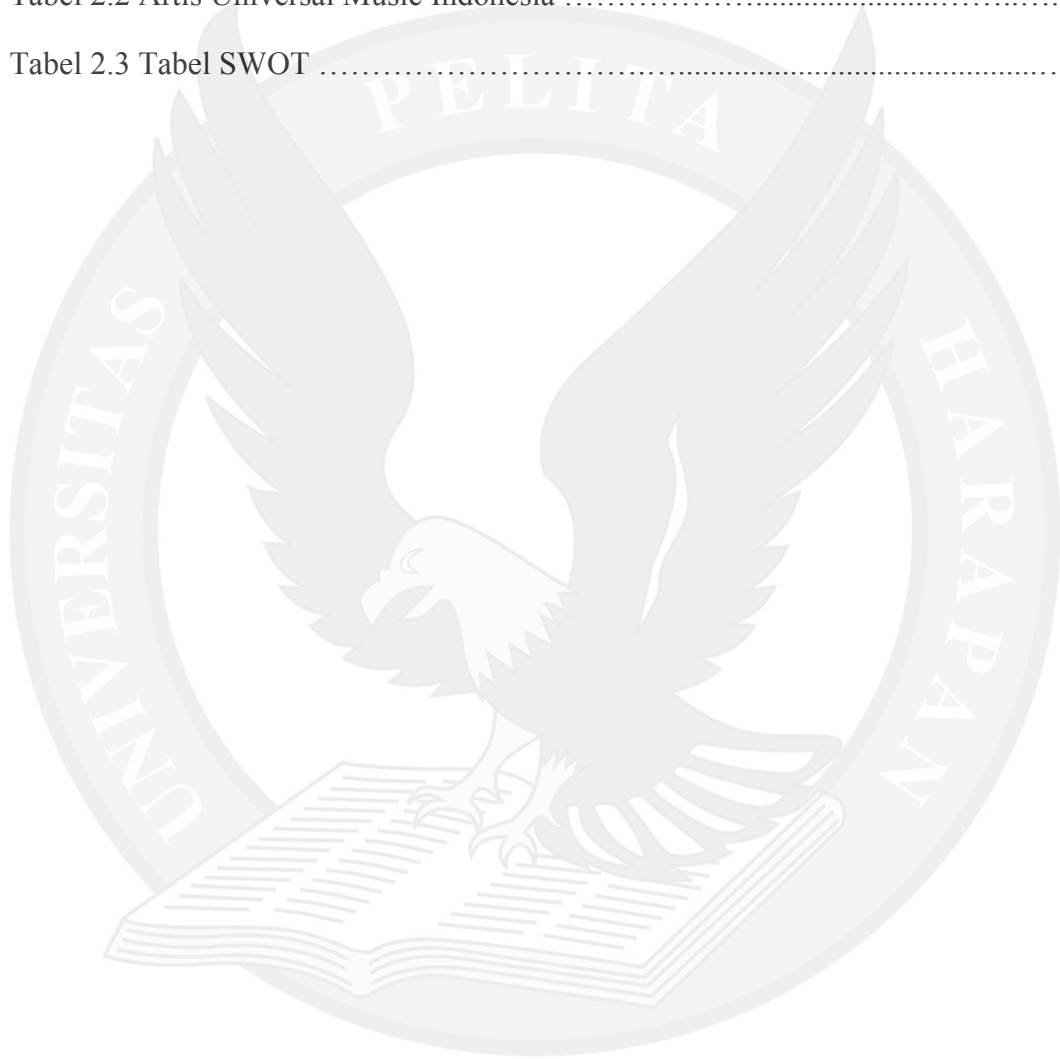
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Polygram Major Label	6
Gambar 2.1 Logo Universal Music Indonesia	14
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	61
Gambar 4.1 Tipe- Tipe Dasar Desain Studi Kasus	69



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Organisasi Universal Music Indonesia	16
Tabel 2.2 Artis Universal Music Indonesia	23
Tabel 2.3 Tabel SWOT	26



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Surat Izin Penelitian ke PT.Universal Music Indonesia	A-1
Surat Keterangan Melakukan Penelitian di Universal Music Indonesia	A-2
Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	A-3

LAMPIRAN B

Transkrip Wawancara dengan <i>key informant</i> dan <i>informant</i>	B-1
Transkrip Wawancara dengan <i>Promotion Local Manager</i> PT.UMI	B-3
Transkrip Wawancara dengan <i>Informant 1</i>	B-20
Transkrip Wawancara dengan <i>Informant 2</i>	B-31
Transkrip Wawancara dengan <i>Informant 3</i>	B-39
Transkrip Wawancara dengan <i>Informant 4</i>	B-47
Transkrip Wawancara dengan <i>Informant 5</i>	B-55

LAMPIRAN C

Berita Artis Universal Music Indonesia	C-1
Contoh Penyelenggaraan Kuis	C-10
Artis Universal Indonesia sebagai <i>Brand Edorser</i> suatu produk	C-16
<i>Follower</i> Twitter artis Universal Music Indonesia	C-29
Contoh <i>Merchandise</i>	C-35
<i>Achievement</i> artis Universal Music Indonesia	C-36