

**IMPLEMENTASI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PENONTON PADA EVENT DEVELOPMENTAL
BASKETBALL LEAGUE PT. DBL INDONESIA TAHUN 2016**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh
FAZA YUDIANSYAH
20130530025

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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 14 Agustus 2017
Tempat : Ruang Multimedia Ilmu Komunikasi
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Aswad Ishak, S.IP., M.Si

Penguji I

Penguji II

Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn

Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal

Mengetahui,



Harvadi Arief Nuur Rasvid, S.IP., M.Sc

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Faza Yudiansyah

NIM : 20130530025

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.



Penulis

Faza Yudiansyah

MOTO

Berhentilah mengeluh dan kejarlah impianmu. Mengeluh hanya akan menghambat impian yang ingin kamu capai.

- Faza Yudianyah -

Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat

- Winston Churchill -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala hormat dan ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama perkuliahan hingga disusunnya skripsi ini kepada:

1. Ibu saya, Wahyu Haryanti. Wanita hebat yang dengan penuh kasih sayang dan tidak pernah lelah untuk mendidik saya untuk menjadi anak yang sabar, bertanggungjawab dan mandiri dalam segala hal. Bapak saya, Siswahyudi. Laki - laki tangguh yang selalu memberi motivasi saya untuk menjadi anak yang kuat, disiplin, serta bijak dalam segala hal. Terima kasih bu, pak. *Without you, I'm nothing.*
2. Adik perempuan kandung saya tercinta, Rahma Yudianisa. Terima kasih sudah memberi doa dan dukungan saya dalam segala hal dan serta menjadi teman berbagi cerita, baik suka maupun duka. Love you, darl!
3. KOMAKOM UMY. Tempat dimana saya mendapatkan pengalaman berharga, teman - teman yang hebat, dan keluarga yang tidak bisa saya lupakan. Ketua saya, Iqbal, yang sudah banyak memberi dukungan dan motivasi untuk menjadi lebih baik. Demikian juga dengan Fathan, Sulhi, Dani, Yunda, Arah, Della dan Uwi. Terima kasih atas berbagai kisah manisnya selama ini, serta kesabarannya dalam menghadapi saya yang terkadang tidak datang rapat atau ngumpul selama aktif di KOMAKOM. Juga partner bercerita selama di komakom, Indah, Yuyun, dan Febri, Terima kasih banyak karena telah menjadi teman terbaik dalam berposes selama di komakom dan skripsi ini. Sukses bareng, kawan!

4. PT. Deteksi Basket Lintas (DBL) Indonesia, Surabaya. Tempat dimana saya mendapatkan banyak pengalaman berharga, tempat dimana saya belajar dan bekerjasama dengan orang - orang hebat. Terima kasih Cak Har sudah diberikan kesempatan untuk berproses disana. Mas Yusak, Mas Rendi, Mas Anjaru, Mas Dandy, Mas Caraka, Mas Brian, Mbak Puput, Mbak Fitri, dan Mbak Tika, terima kasih atas bimbingannya selama menjalani kegiatan magang dan skripsi disana. Terkhusus untuk Mas Santar dan Mas Adit, terima kasih sudah menjadi teman berbagi cerita dan pengalaman selama disana.
5. Teman - teman SMA, Lathif, Zelvin, Intan, Aulia, Devi, dan Annisa. Juga teman kuliah, Rendi, Dwiki, Nanda, dan Izza. Terima kasih atas segala dukungan, canda, dan tawanya selama sekolah, kuliah, hingga skripsi berakhir. See you on top, guys!

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim,

Puji Syukur, Alhamdulillah penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan ridha-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan Jumlah Penonton pada *Event Developmental Basketball League* PT. DBL Indonesia Tahun 2016” guna melengkapi syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2017. Tanpa ridha-Nya pula penulis tidak akan bisa menyelesaikan kewajiban dan tanggung jawab ini dengan baik.

Dengan segala hormat dan ketulusan hati yang sedalam-dalamnya, penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan selama proses perkuliahan ini berlangsung, karena itu penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT beserta Rasul-Nya Nabi Muhammad SAW.
2. Haryadi Arief Nur Rasyid S.IP, M.Sc, selaku kepala jurusan Ilmu Komunikasi UMY
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si, Selaku dosen pembimbing
4. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn Selaku dosen penguji Proposal
5. Ibu Ayu Amalia, S.Sos., M.Si, Selaku dosen penguji I
6. Ibu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si, Selaku Dosen Penguji II
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi dan staf Ilmu Komunikasi, MbK Siti, Pak Jono, Pak Mur, Mas Yuli dan Pak Yuni staf perpustakaan jurusan Ilmu Komunikasi untuk semua bantuan dan dukungannya.

8. Doni Hariadi, selaku staf *Human Resource Development* PT. DBL Indonesia yang telah memberikan izin kepada peneliti terkait dengan penelitian *IMC event Developmental Basketball League* PT. DBL Indonesia.
9. Purnama Aditya, selaku *Public Media Relations Staff* PT. DBL Indonesia yang telah membantu dalam memberikan data terkait dengan kegiatan implementasi *IMC* PT. DBL Indonesia.
10. Anjaru Eriat Ramadhan, selaku *Event Assistant Manager* PT. DBL Indonesia yang telah memberikan informasi kepada peneliti terkait dengan peran divisi *event* dalam mempromosikan *event* PT. DBL Indonesia.
11. Yusak Harold selaku *Event Supervisor* PT. DBL Indonesia yang telah memberikan banyak informasi dan data terkait dengan pengelolaan *event* PT. DBL Indonesia
12. Reza Eka Saputra dan Muhammad Faizal Syar selaku penonton *event Developmental Basketball League* yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi tentang kegiatan promosi PT. DBL Indonesia

Semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama dalam kajian ilmu komunikasi khususnya tentang *Aktivitas Public Relations*. Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan dan penulisan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, sehingga masih jauh dari kata sempurna.

Yogyakarta, 20 Agustus 2017

Faza Yudiansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Teori	
a. Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	8
b. Model Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
F. Metode Penelitian	
1. Jenis Penelitian	19
2. Waktu dan Tempat Penelitian	20
3. Objek Penelitian	20
4. Teknik pengumpulan data	20
5. Teknik analisis data	24
6. Uji validitas data	26

BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN

A. Profil PT. Deteksi Basket Lintas (DBL) Indonesia	28
B. Profil <i>Developmental Basketball League (DBL)</i>	30
C. Struktur PT. DBL Indonesia	37

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data	
1. <i>IMC Event Developmental Basketball League</i>	41
2. IMC dalam Meningkatkan Jumlah Penonton <i>Event DBL</i>	64
B. Pembahasan.....	68

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	88
B. Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	3
Tabel 2.1.....	33
Tabel 3.1.....	43
Table 3.2	57
Table 3.3.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	5
Gambar 1.2	11
Gambar 1.3	12
Gambar 1.4	13
Gambar 2.1	31
Gambar 3.1	45
Gambar 3.2.....	45
Gambar 3.3.....	46
Gambar 3.4.....	48
Gambar 3.5	48
Gambar 3.6.....	49
Gambar 3.7.....	50
Gambar 3.8.....	50
Gambar 3.9.....	54
Gambar 3.10.....	55
Gambar 3.11	55
Gambar 3.12	57
Gambar 3.13	58
Gambar 3.14	58
Gambar 3.15	60
Gambar 3.16	61

Gambar 3.1763
Gambar 3.1863
Gambar 3.1964

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Faza Yudiansyah

20130530025

Implementasi *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan Jumlah Penonton pada *Event Developmental Basketball League PT. DBL Indonesia Tahun 2016*

Tahun Skripsi : 2017, 89 Halaman + lampiran

Daftar Pustaka : 19 buku (1995-2015) + 8 Sumber Online

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana implementasi *Intergrated Marketing Communication* yang dilakukan PT. DBL Indonesia dalam aktivitas komunikasi pemasaran event *Developmental Basketball League* pada tahun 2016. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan pengumpulan dokumentasi dan wawancara, kemudian untuk uji validitas data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, sedangkan penjelasan deskriptif kualitatif digunakan sebagai teknik analisis data studi kasus.

Hasil penelitian mengungkapkan bagaimana penerapan implementasi *integrated marketing communication* yang dilakukan divisi *Public Media Relations* PT. DBL Indonesia mampu meningkatkan jumlah penonton pada *event* DBL dengan beberapa faktor, salah satunya penggunaan media sosial sebagai salah satu dari elemen IMC yang ada di PT. DBL Indonesia karena target pasar *event* DBL adalah pelajar tingkat pelajar SMA pada khususnya dan anak muda pada umumnya dan media sosial juga sangat identik dengan anak muda. Kegiatan komunikasi pemasaran DBL sendiri dilakukan secara *online* yang dikelola oleh divisi PMR dan *offline* yang dikelola oleh divisi *event*.

Pengemasan *event* DBL yang menarik menjadi salah satu elemen pendukung lainnya dari serangkaian kegiatan IMC yang dilakukan PT. DBL Indonesia dalam mempromosikan DBL. Kegiatan *Roadshow* ke sekolah - sekolah yang kelola divisi *event* menjadi salah satu aktivitas yang dapat menarik minat penonton akan *event* DBL karena adanya interaksi secara langsung antara PT. DBL Indonesia sebagai penyelenggara DBL dan para siswa SMA yang menjadi calon penonton DBL.

Kata kunci : *IMC, komunikasi pemasaran, event DBL*

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Political and Social Science Faculty

Communication Science Departement

Public Relations Concentration

Faza Yudiansyah

20130530025

The Implementation of Integrated Marketing Communication in Increasing The Number of Viewers at The Developmental Basketball League Event PT. DBL Indonesia in 2016

Year of Thesis : 2017, 89 Pages + appendixes

References : 19 Books (1995-2015) + 8 Online Sources

The research is aimed to know how the implementation of Integrated Marketing Communication applied by PT. DBL Indonesia in marketing communications activities of the Developmental Basketball League event in 2016. The research use qualitative method with descriptive approach. The method for gathering the data is done by collecting documents and interview. Then, to test the validity of this research data using triangulation technique, while qualitative descriptive explanation is used as a case study data analysis technique.

The result of the research reveals how the implementation of integrated marketing communication conducted by Public Media Relations division of PT. DBL Indonesia is able to increase the number of audience in the DBL event with several factors, one of which is the use of social media as one of the IMC elements in PT. DBL Indonesia because the target market of DBL events is high school students in particular and young people in general and social media is also very identical with young people. DBL's own marketing communications activities are conducted online managed by the PMR division and offline managed by the event division.

The packaging of an interesting DBL event becomes one of the other supporting elements of a series of IMC activities conducted by PT. DBL Indonesia in promoting DBL. Roadshow activities to schools that managed by event division become one of the activities that can attract viewers to DBL event because of the direct interaction between PT. DBL Indonesia as DBL's organizer and high school students who become DBL spectators.

Keyword : IMC, marketing communication, DBL event