

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat.

Seorang teman seangkatan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pernah berkata, jika mempunyai sebuah tujuan, maka buatlah batas waktu untuk mencapai tujuan tersebut, sehingga hal inilah yang membuat penulis memacu dirinya sampai batas maksimal sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, diwaktu yang tepat.

Skripsi atau Tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

- Ayah dan Ibu, Jaya Somantri dan Ade Rahmah terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.*
- Adikku Rizky Alfarizi, Naswa Putri Fadilah, Fatma, terimakasih telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.*
- Keluarga Besar Bapak abdurrohman, Umi, Uwa mamat, Idem, Bi Yanti, Mang Gugun, Wati Mang Us dan semua keluarga yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih untuk doa, nasehat, masukan dan semangatnya selama ini.*
- Saudara-Saudaraku tercinta Ulya, Nida, Arkan, Abay, Wira, Hilal, Sakinah, Rosyid, Jingga, terimakasih doa dan semangatnya*
- Dosen Pembimbing tersabar Mas Zein yang sudah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.*

- Sahabat KKN 169, Cahya Musma Ningrum, Nitha Desi Larasati, Aris Azhar Budiman, Fauzy Syukron Siddiq, Dwi Rahmat, Baiq Rita Astari dan teman-teman lainnya yang sudah memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
- Sahabat Bodeh Squad, Wibowo Tukarana, Noor Rahmad, Try Nurdiansyah, Alfian Azhar, Dayat Pratama, Khairul Arifin, Ferdy, Tegar Pandu, Hendrik, Budi, Texel yang telah memberikan masukan, saran, motivasi dan bimbingan dalam mengerjakan skripsi ini.
- Sahabat Skripsi Woro Endah Palupi, Agus Abdul Qodir, Fara, Citra Elmika, Rini Sabrina, Izza Hamzah, Dewi Mondari, Widya Ayu, Muhammad Far'i, yang sudah memberikan masukan, semangat, saran, bimbingan dalam mengerjakan skripsi ini.
- Sahabat Seperjuangan Ramadan aja, Saeful Rahman, Aris Munandar, Bachtiar Ardiansyah, Adi Kuncoro, Ardian Dwi Nugroho.
- Sahabat Magang tercintaahhh.. Mis lambe turah Diktama 11, 12, 13 dan Aqidatul Izzahhhh, terimakasih atas motivasinya selama ini.
- Senior Kotakmedia, Bos Annas, Mbak Erni, Mbak Sari, Mas Valen, Mbak Indah, Mbak Desi, Mbak Intan, Mas Andre, Mas Iman yang telah mengizinkan saya untuk penelitian di Kantor Komed.
- Semua teman-teman Ilmu Komunikasi 2013
- Kepada semua teman-teman, saudara yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahrabill'alamiinn, dengan rahmat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan dan menganugrahkan kasih sayang, rezeki, dan kesehatan serta atas berkah, ridho dan hidayah-Nya, sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perencanaan dan Pembelian Media Iklan oleh Kotakmedia *Digital Advertising* dalm Membangun *Brand Awareness* Kabupaten Sleman sebagai Daerah Pariwisata”. Shalawat serta salam penulis panjatkan untuk Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan kita dari zaman kebodohan kejaman yang terang benderang seperti sekarang ini, serta yang telah menjadi tauladan untuk umat islam menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Skripsi ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan sekaligus pertanggungjawaban akhir penulis sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih ada kekurangan dan kesalahan, maka dari itu, penulis dengan penuh kerendahan hati mengharapkan dan menerima saran dan kritikan dari berbagai pihak untuk dijadikan bahan masukan dan evaluasi untuk perbaikan dan kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya kerja keras, tanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini dan tidak terlepas dari doa, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, serta kritik dan saran yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam dan tak terkira kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Ali Muhammad, S. IP., MA., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Bapak. Zuhdan Aziz, SIP., S.Sn., selaku Sekertaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing utama, terima kasih banyak atas bimbingan yang telah diberikan dan kebijaksanaannya berkenan dalam membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn. selaku dosen penguji, terima kasih banyak atas bimbingan, kritik dan sarannya untuk perbaikan skripsi ini.
7. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn. selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan dalam skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis
9. Bapak Jono, Bapak Muryadi dan Mbak Siti selaku staff tata usaha dan staff jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
10. Seluruh staff dan karyawan Fisipol Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
11. Seluruh staf dan perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta..
12. Mas Azwar Annas sebagai *Owner* Kotakmedia
13. Mbak Erningsih sebagai *Account Executive* Kotakmedia
14. Mbak Hapsari Aceh sebagai *Account Planner* Kotakmedia

Bagi seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu, penulis mengucapkan rasa terima kasih banyak atas segala doa dan dukungannya serta mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga segala kebaikan, bantuan dan amal baik dari berbagai pihak tersebut diatas mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan penulis senantiasa berharap semoga skripsi yang dibuat ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. *Aamiin..*

Wassallamua'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

Penulis,

Huda Huda Kurniawan

HALAMAN MOTTO

*“ Sebuah pencapaian bukan hasil dari kekuatan besar
melainkan hasil dari kegigihan dan kesungguhan “*

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Teori	9
1. Iklan	9
2. Media	14
3. Perencanaan media periklanan.....	17
4. <i>Brand awareness</i>	27
F. Metodologi Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Objek penelitian	32
3. Informan Penelitian.....	32
4. Teknik pengumpulan data.....	33
5. Teknik analisis data.....	35
6. Teknik keabsahan data.....	37
BAB II GAMBARAN UMUM CV KOTAKMEDIA	39
A. Sejarah berdirinya CV. Kotakmedia Indonesia.....	39
B. Profil perusahaan	40
C. Visi dan Misi Perusahaan.....	41

1.	Visi.....	41
2.	Misi	41
D.	Tenaga Kerja Perusahaan.....	41
E.	Struktur Perusahaan	43
F.	Layanan perusahaan.....	43
1.	<i>Web design and development</i>	43
2.	<i>Digital strategy</i>	44
3.	<i>Social media management</i>	44
4.	<i>Branding and design</i>	45
5.	<i>Technology and Innovation</i>	46
G.	Customer	46
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN		49
A.	Sajian data.....	50
1.	Analisa Situasi	52
2.	Marketing objektif	54
3.	Tujuan Iklan	56
4.	Riset Target Audiens.....	57
5.	Riset Kompetitor	59
6.	Rekomendasi dan Pemilihan media	60
7.	Pencapaian	85
B.	Pembahasan.....	88
1.	Analisa situasi	91
2.	Strategi marketing.....	94
3.	Tujuan media	97
4.	Analisa kompetitor	99
5.	Analisa target audiens	101
6.	Penggunaan media target audiens	103
7.	Rasionalisasi media rekomendasi	105
8.	Strategi media	113
9.	Anggaran, jangkauan dan frekuensi	115
8.	Pencapaian	120
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		123
A.	Kesimpulan	123
B.	Saran	124

DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	128