



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN
TERPADU
TABUNGAN NIAGA MAPAN XTRA 2009-2010**

TUGAS KARYA AKHIR

Diajukan untuk memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

**DYAH CHAIRUNNISA M.
0904010235**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN PERIKLANAN
DEPOK
JUNI 2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

**Tugas Karya Akhir (TKA) ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan sumber sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Dyah Chairunnisa M.

NPM : 0904010235

Tanda Tangan :

Tanggal : Juni 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi/TKA ini diajukan oleh :

Nama : Dyah Chairunnisa M.
NPM : 0904010235
Program Studi : Periklanan
Judul : Perencanaan Program Komunikasi
Pemasaran Terpadu Tabungan Niaga
Mapan Xtra 2009-2010

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : ()
Penguji Ahli : ()
Ketua Sidang : ()
Sekretaris Sidang : ()

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : Juni 2009

KATA PENGANTAR / UCAPAN TERIMA KASIH

Betapa leganya telah menyelesaikan Tugas Karya Akhir ini, tugas yang merupakan klimaks dari perjuangan penulis selama menjadi mahasiswa ilmu komunikasi di FISIP UI. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberi jalan dan kemudahan bagi penulis untuk dapat sampai ke titik ini.

Dalam proses penyelesaian Tugas Karya Akhir ini, penulis tidak berdiri sendiri tanpa bantuan orang lain. Banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menghantarkan penulis sampai ke titik ini, baik berupa bantuan moral, materil, ataupun jasa. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih pada :

1. Ketua Program Komunikasi SI Reguler Dra. Ken Reciana Sanyoto M.A, dan Sekretaris Program Drs. Helmi Qodrat Ichtiat, yang telah memberikan warna baru yang lebih hangat dan bersahabat di Jurusan Ilmu Komunikasi S1 Reguler.
2. Drs. Hari Radiawan M.A yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing saya, memaklumi jadwal saya yang luar biasa acak dan seringkali mendadak menyebabkan saya harus menghilang tiba-tiba, meluangkan waktu bagi saya, sabar dalam membantu alur dan logika berpikir saya, serta memberi semangat dan motivasi kepada saya untuk cepat dan tepat dalam menyelesaikan TKA ini.
3. Tim Penguji, para dosen dan staf pengajar di Program Komunikasi SI Reguler, terima kasih telah membagikan ilmunya kepada saya, dan menginspirasi saya untuk menjadi orang yang lebih baik.
4. Segenap keluarga atau tim di Program Komuniasi SI Reguler, Mas Gugi, Mbak Indah, terima kasih telah mau selalu memberikan informasi yang dibutuhkan kepada saya.
5. Mama dan Papa yang telah memberikan dukungan yang luar biasa.
6. Ibu Retno Susi, *Head Of Product Development* CIMB NIAGA .
7. Ika, terima kasih atas dukungan diluar maupun didalam medan perang.

8. Mbak Vita, terima kasih atas *ratecard* medianya dan kesediannya menjadi pelita dalam keremangan pengetahuan saya akan perencanaan media dalam program komunikasi pemasaran.
9. Cempaka Asriani, perempuan super yang mengenal hampir semua makhluk yang hidup dan bernafas di Jakarta, semua lekuk jalan ibukota, dan semua tempat makan yang patut dicoba.
10. Didin Dimas Ponco Adi, orang yang nama lengkapnya berupa kumpulan nama panggilan, namun dapat diandalkan saat teman sekampung halaman butuh bantuan.
11. Pemuda-pemudi Komunikasi 2004 yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas kenangan yang telah kalian berikan.
12. Geng Arisan Yuk Kapan-Kapan Komunikasi 2006, sekelompok anak muda penuh gairah yang sudah mau menjadi tempat saya berbagi cerita dan gundah, gerombolan heboh yang riang namun miskin waktu luang. *Kapan Kita Arisaaaaan??*
13. Mande, yang kegalakan kakaknya sudah melegenda, terima kasih sudah mau menjadi tempat menampung gundah gulana, *chatting* tengah malam buta, dan motivasi baik dalam bisnis maupun TKA.
14. Sita, sahabat setia sejak SMA yang rambut kekasihnya sangat mengganggu mata, namun kehangatan keduanya mampu membawa canda. Kapan main Reversi lagi?
15. Teman – teman masa SMA, Tari, Ayu, Yulin, Yudith, Dinda, Bre, Astri, Dian, Rian, Titi dan semua yang tak bisa saya sebutkan satu persatu, *Each and every second spent with you guys is a blast...I am blessed to have you guys in my life..*
16. *The last but not least, untuk PYR. Sorry I ended what we had, it's for the best.. For what it's worth, You've always been the best I ever had...*

Depok, Juni 2009

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS KARYA AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dyah Chairunnisa M.
NPM : 0904010235
Program Studi : Periklanan
Departemen : Ilmu Komunikasi Program Sarjana Reguler
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Tugas Karya Akhir (TKA)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)** atas TKA saya yang berjudul :

**Perencanaan Program Komunikasi Pemasaran Terpadu
Tabungan Niaga Mpan Xtra 2009-2010.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas karya akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : Juni 2009
Yang Menyatakan

(Dyah Chairunnisa)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR / UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
RINGKASAN EKSEKUTIF.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
I. ANALISIS SITUASI.....	1
I.1 Jabaran Data Eksternal.....	1
I.1.2 Kondisi Persaingan Produk.....	6
I.1.3 Kompetitor Potensial.....	6
I.1.3.1 Mandiri Rencana Sejahtera.....	6
I.1.3.2 Mega Rencana.....	9
I.1.3.3 Taka OCBC NISP.....	10
I.1.4 Analisis Konsumen.....	12
I.2 Jabaran Data Internal.....	13
I.2.1 Kondisi Perusahaan.....	13
I.2.2 Jabaran Kondisi Produk.....	15
1. Product.....	15
2. Price.....	19
3. Place.....	20
4. Promotion.....	21
5. Process.....	22
6. Productivity & Quality.....	22
7. People.....	23
8. Physical Evidence.....	23
I.3 Analisis Masalah.....	24
I.3.1 Hasil Riset Pendahuluan.....	24
I.3.2 Wawasan Konsumen.....	25
I.3.3 Analisis SWOT.....	25
II. TUJUAN, PERMASALAHAN DAN SOLUSI KOMUNIKASI.....	28
II.1 Tujuan Pemasaran.....	28
II.2 Permasalahan.....	28
II.3 Tujuan Komunikasi.....	29
II.4 Solusi Masalah.....	29
II.5 Strategi Komunikasi.....	33
III. PENENTUAN STRATEGI PROGRAM.....	35
III.1 Kerangka Strategi.....	35
III.2 Target Audience.....	35
III.3 Strategi Pesan.....	39
III.3.1 The Big Idea.....	40
III.3.2 The Tagline.....	42

III.3.3 Positioning.....	42
III.3.4 Daya Tarik.....	43
III.3.5 Tone And Manner.....	44
III.4 Strategi Media.....	45
III.4.1 Analisis Media.....	45
III.4.2 Strategi Penetrasi Media.....	46
III.4.3 Tujuan Media.....	46
III.4.4 Penentuan Media.....	47
1. Televisi.....	47
2. Surat Kabar.....	48
3. Majalah.....	49
4. Radio.....	50
5. Media Luar Ruang.....	51
6. Media Interaktif.....	51
III.4.5 Strategi Penjadwalan Media.....	52
III.5 Strategi Elemen Promosi.....	52
III.5.1 Advertising.....	52
III.5.2 Sales Promotion.....	53
III.5.3 Direct Marketing.....	54
III.5.4 Internet Marketing.....	54
III.5.5 Marketing Public Relations.....	55
IV. EKSEKUSI DAN IMPLEMENTASI PROGRAM.....	57
IV.1 Creative Brief.....	57
IV.2 Eksekusi Kreatif Periklanan.....	60
IV.2.1 Iklan Televisi.....	60
IV.2.2 Iklan Cetak.....	68
1. Versi "Undangan Pernikahan".....	68
2. Versi "Mobil Baru".....	70
3. Versi "Rumah Baru".....	72
4. Versi "Liburan".....	74
5. Advertorial.....	76
IV.2.3 Iklan Luar Ruang.....	78
1. Billboard.....	78
2. Standing Banner.....	79
IV.2.4 Iklan Radio.....	82
IV.2.5 Promotional Material.....	82
1. Brosur.....	82
2. Website.....	85
3. E-Banner.....	87
IV.3 Implementasi Media Beserta Anggaran.....	87
IV.3.1 Media Cetak.....	87
1. Surat Kabar.....	87
2. Majalah.....	88
IV.3.2 Media Televisi.....	89
IV.3.3 Media Radio.....	89
IV.3.4 Media Luar Ruang.....	90
1. Billboard.....	90

2. Focus Media.....	91
IV.4 Media Schedule.....	93
IV.5 Penentuan Anggaran Total.....	99
V. EVALUASI PROGRAM.....	100
V.1 Rencana Evaluasi.....	100
V.1.1 Pre-Test.....	101
V.1.2 Post Test.....	101
V.1.3 Rencana Monitoring.....	102
V.2 Anggaran Evaluasi Post Test.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN.....	108
I. KUESIONER RISET PENDAHULUAN.....	108
II. HASIL RISET PENDAHULUAN.....	118

