

**Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Solomovie  
Sebagai Tempat Hiburan Keluarga Di Solo**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Komunikasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Sahid Surakarta**



Disusun Oleh:

**YULI YULAEKA  
NIM 2017072003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI  
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA  
2020**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Solomovie Sebagai Tempat Hiburan Keluarga Di Solo

Disusun Oleh:

**YULI YULAEKA**

**NIM: 2017072003**

Skripsi ini telah diterima dan disahkan  
Oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Sahid Surakarta  
Pada hari Senin tanggal 9 Desember 2019

Pembimbing I

**Sofia Ningsih Rahayu P, S.IP, M.I.Kom**  
NIDN. 0628108001

Pembimbing II

**Rahmat Wisudawanto, SS.,M.Hum**  
NIDN. 0628108301

Mengetahui, Ketua Program Studi



**Sofia Ningsih Rahayu P, S.IP, M.I.Kom**  
NIDN. 062810800

HALAMAN PENGESAHAN

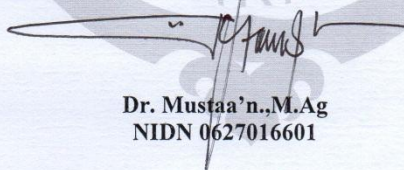
**Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Solomovie Sebagai Tempat Hiburan Keluarga Di Solo**

Disusun Oleh:

**YULI YULAEKA**  
NIM: 2017072003

Skripsi ini telah diterima dan disahkan  
Oleh Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Universitas Sahid Surakarta  
Pada hari: 9 Desember 2019


Dewan Penguji



**Dr. Mustaa'n., M.Ag**  
NIDN 0627016601

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Sofia Ningsih Rahayu P, S.IP, M.I.Kom**  
NIDN. 0628108001

Dekan Fakultas Sosial,  
Humaniora dan Seni



**Destina Paningrum., SE., MM**  
NIDN. 0624077901  
FAKULTAS SOSIAL  
HUMANIORA DAN SENI

**PERNYA SURAT PERNYATAAN  
KAR ORISINALITAS KARYA ILMIAH**

Saya mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuli Yulaeka

Nim : 2017072003

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi

**Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Solomovie Sebagai Tempat Hiburan Keluarga Di Solo**

Adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang telah berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan Gelar Vokasi yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari terbukti melakukan kebohongan maka saya akan menanggung segala kosekuensinya.

Saya sebagai pemilik (author) dan penanggung sebagai co-author atau partisipan dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya patuh dan patuh menaati.

Surakarta, 9 Desember 2019

Yang menyatakan



YULI YULAEFA

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas Akademis Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yuli Yulaeka  
 Nim : 2017072003  
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI  
 Fakultas : SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI  
 Jenis Karya : SKRIPSI

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non exclusive Royalty Free Right) atas skripsi saya yang berjudul:

**Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Solomovie Sebagai Tempat Hiburan Keluarga Di Solo**

Beserta instumennya/desain/perangkat (jika ada). Mengalihkan bentuk, mengalihkan mediakan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (author) dan pembimbing sebagai co-author atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Surakarta

Pada tanggal : 9 Desember 2019

Yang membuat pernyataan

  
 YULI YULAEKA

**MOTTO**

“Believe in myself”

(Yuli Yulaeka)

“Setiap hari adalah pelajaran paling indah, untuk memulai esok”

(Yuli Yulaeka)

“Bahagia itu teramat penting bagi hidupku”

(Yuli Yulaeka)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan kepada:

Kedua orangtua saya yang sangat tulus berkorban untuk melihat anaknya lebih baik dalam segala apapun, terimakasih banyak atas pengorbananmu. Karya ini ku persembahkan untuk kailan Bapak Satijan dan Ibu Mami Widianti.

Untuk kakak dan adikku yang selalu mau membantu dan menjadi tempat sharing terbaik dalam setiap masalah yang kuhadapi.

Untuk seseorang yang sudah menemaniku selama kurang lebih 4 tahun ini, terimakasih kamu selalu motivator terbaik dan selalu menyemangati untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih Bramantya Dwi Sutrisna.

Karya ini juga saya persembahkan untuk keluarga besar Solomovie sebagai tempat penelitian dan juga tempat pengalaman yang amat luar biasa dalam hidup saya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini mengambil judul “ Strategi Pemasaran Terpadu Solomovie Sebagai Tempat Hiburan Keluarga Di Solo” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak atas arahan, bimbingan, masukan dan bantuannya sehingga penyusunan Skripsi ini dapat selesai. Dengan segala keikhlasan dan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Dr.Ir. Mohamad Harisudin, M.Si Rektor Universitas Sahid Surakarta, yang telah memberikan kesempatan untuk studi di Universitas Sahid Surakarta.
2. Destina Paningrum, SE.,MM, selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora dan Seni
3. Sofia Ningsih Rahayu P,S.IP, M.I.Kom, selaku Ketua Prodi Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta dan sebagai pembimbing I penulisan skripsi.
4. Rahmat Wisudawanto, SS., M.Hum selaku dosen pembimbing II penulisan Skripsi.
5. Dr. Mustaa'n.,M.Ag selaku dosen penguji Skripsi dan sebagai Pembimbing Akademik
6. Ibu Retno Wulan Damayanti, Bpk Haryono Setiadi, Dr anto, dan Dr Endang selaku jajaran pimpinan Solomovie yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
7. Segenap crew staff atau karyawan Solomovie yang telah membantu dan memberikan kesempatan untuk melakukan Penelitian Skripsi. Yang sudah menjadi keluarga besar terimakasih mas Adith, Mas Yanto, Mas Dody,



Mas Bayu, Mas Karyo, Risky, Ichsan, Rageel, Wildan, Mba Ely, mba Fery, Mas Bibit, dan Mas fajar.

8. Keluarga besar saya, Bapak dan Ibu yang teramat saya cintai, adik dan kakak yang selalu saya sayangi. Dukungan yang teramat membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih juga untuk dukungannya yang selalu membuat motivasi penyelesaian skripsi ini kepada Bramantya Dwi Sutrisna.
10. Terimakasih dua rekan saya yang sama-sama berjuang dalam penyelesaian skripsi Widya dan Tifafa.
11. Untuk sahabat jauh saya yang ada di Lampung yang selalu memberikan dukungan terimakasih Vika, Ely, Meme, Rosi, Vera , Novi dan Mba Dewok
12. Terimakasih kepada angkatan 2017, 2016, 2015 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta

Surakarta, .....

YULI YULAEKA

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI .....	vi
MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	x
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACK .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Definisi konseptual .....	10
2.3 Pengertian Komunikasi .....	10
2.4 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.5 Lingkup Komunikasi Pemasaran .....	12

2.6 Strategi pemasaran .....	13
2.8 <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	16
2.9 Pengertian <i>Brand</i> atau <i>merk</i> .....	19
2.10 Elemen Brand.....	21
2.11 Keputusan Kunci Dalam Menentukan <i>Branding</i> .....	22
2.12 Pengertian <i>Image</i> (Citra) .....	24
2.13 Fenomena Karaoke .....	25
2.14 Konsep Karaoke Keluarga .....	25
2.15 Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Lokasi Penelitian .....	31
3.3 Sumber Data .....	31
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.5 Teknik Analisis Data .....	35
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	37
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	37
4.2 Logo Solomovie .....	41
4.3 Struktur Organisasi Solomovie .....	42
4.4 Tugas dan Tanggung jawab Kinerja Solomovie .....	43
4.5 Penemuan Penelitian .....	47
4.6 Pembahasan Analisis Swot .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	70
5.1 Kesimpulan .....	70
5.1 Saran .....	72

LAMPIRAN .....

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lingkup Pemasaran Komunikasi .....	13
Gambar 2.2 Lingkup Kerja Pemasaran Komunikasi .....	14
Gambar 2.3 Model Alur Kerja IMC .....	15
Gambar 3.1 Analisis Data Model Interaktif .....	35
Gambar 4.1 Bangunan Solomovie .....	37
Gambar 4.2 Tarif Solomovie .....	40
Gambar 4.3 Logo Solomovie .....	41
Gambar Suasana CFD Solomovie .....	42
Gambar 4.5 media promo “Jangan Resah” .....	54
Gambar 4.6 Media Promo <i>Food &amp; Beverange</i> .....	55
Gambar 4.7 acara galla Dinner di Solomovie .....	56
Gambar 4.8 media promo Instalive Solomovie .....	57
Gambar 4.9 Kegiatan CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ) oleh Solomovie.....	58
Gambar 4.10 member digital Solomovie .....	60
Gambar 4.11 Solomovie Cafe Grab Food atau Go food .....	61

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 penelitian terdahulu .....	7
Tabel 3.1 Kreteria Informan Solomovie .....	34