

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH GADIS  
DALAM MEMBANGUN GADIS SAMPUL SEBAGAI *BRAND*  
*EXTENSION***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**ARSY LUTFIA DEWI  
1161003281**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Arsy Lutfia Dewi

NIM : 1161003281

Tanda Tangan : 

Tanggal : 17 September 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Arsy Lutfia Dewi  
NIM : 1161003281  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Gadis Dalam  
Membangun Gadis Sampul Sebagai Brand Extension

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

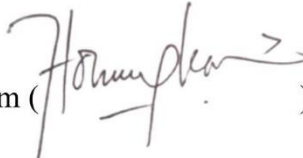
Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M

(  )  
19 September 2020

Penguji 1 : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A

(  )

Penguji 2 : Dra. Hanny Nurahmawati, M.I.Kom

(  )

Ditetapkan di: Universitas Bakrie, Jakarta

Pada Tanggal: 17 September 2020

## Kata Pengantar

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya yang diberikan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Gadis Dalam Membangun Gadis Sampul Sebagai Brand Extension”** ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar sarjana ilmu komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti membutuhkan waktu kurang lebih enam bulan bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data, melakukan studi pustaka yang dibutuhkan yang sesuai dengan topik yang diangkat peneliti serta melakukan bimbingan konsultasi dengan dosen pembimbing skripsi. Dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, peneliti menemukan berbagai macam halangan dan rintangan, baik dalam faktor internal dan eksternal. Namun segala dorongan, dukungan dan motivasi serta pertolongan dari Tuhan Yang Maha Kuasa sehingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan tepat waktu.

Pada kesempatan menyelesaikan skripsi ini, peneliti menyadari masih ada kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti menerima segala saran serta kritik yang berguna dalam memperbaiki skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar sebagai mana mestinya karena adanya dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung peneliti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, diantaranya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Papa, Mama, dan Fariz**

Terima kasih kepada kedua orang tuaku tercinta, yang dengan tulus selalu mendoakan, mendukung, serta selalu memberikan semangat dan dukungan penuh kepada peneliti untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih selalu ada di sisi peneliti saat sedang merasakan lelah dan tidak memiliki semangat. Papa dan Mama selalu memberikan motivasi yang membuat peneliti segera bangkit dan melanjutkan kembali skripsi ini.

Terima kasih kepada adikku tercinta yang selalu memberikan hiburan dan mendukung penuh peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

**2. Dra. Suharyanti, M.S.M.**

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku dosen pembimbingan skripsi peneliti yang selalu memberikan masukan dan nasehat kepada peneliti dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini. Terima kasih kepada Ibu Suharyanti karena selalu memberikan solusi kepada peneliti saat peneliti mendapatkan rintangan dalam penyusunan skripsi ini serta telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti.

**3. Dra. Hanny Nurahmawati, M.Ikom**

Terima kasih Mbak Hanny karena telah menjadi triangulator dan bersedia meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih telah memberikan *insight* kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

**4. Laura Lukito dan Leoni Sihombing**

Terima Kasih Kak Laura selaku *Business Manager* dan Kak Leoni selaku Chief Community Officer di Prana Dinamika Sejahtera yang sekaligus sebagai informan penulis selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih kepada kak Laura dan kak Leoni yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mewawancarai di sela kesibukan pekerjaan yang sangat banyak.

**5. Muhammad Farhan**

Terima kasih kepada Farhan yang selalu menjadi penyemangat, pendengar segala keluh kesah serta selalu memberikan motivasi kepada peneliti. Terima kasih kepada Farhan yang selalu menemani peneliti dari awal hingga peneliti menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas semua dukungan yang diberikan kepada peneliti terutama selama menyelesaikan skripsi ini ..

**6. Teman-teman Mbulcell (Aisyah, Indri, Leonne, Ulandari, Farhan, Fadli, Harry dan Reza)**

Terima kasih telah sama-sama berjuang dari awal sebelum hingga menemani peneliti berjuang menyelesaikan skripsi. Terima kasih telah

belajar bersama-sama dari mulai awal penyusunan skripsi dan selalu mendengarkan keluh-kesah peneliti hingga semangat peneliti bangkit kembali untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih teman-teman, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu menyertai perjalanan kita semuanya hingga akhir hayat.

**7. Teman-teman Reborn (Icha, Bella dan Indita)**

Terima kasih kepada reborn yang telah mendukung dan memberikan semangat kepada peneliti selama menyusun skripsi ini, terimakasih telah mendengarkan keluh keahh peneliti selama penyusunan skripsi ini.

**8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 (KOMUNAL '16)**

Terima kasih telah bersedia bersama-sama berjuang dari awal tahun pertama perkuliahan dimulai dan selalu memberikan hiburan selama peneliti menjalani kehidupan perkuliahan serta mendukung peneliti menyelesaikan skripsi ini selesai tepat waktu.

**9. Teman-teman *Marketing Communication* 2016**

Terima kasih telah bersedia bersama-sama berjuang dan belajar bersama dari awal pemilihan peminatan di perkuliahan ini dimulai hingga saat ini.

**10. Twice**

Terimakasih berkat lagu lagu nya twice peneliti dapat memotivasi diri agar terus semangat mengerjakan skripsi ini, terkhusus terima kasih peneliti ucapkan kepada Park Jihyo karena dapat memotivasi peneliti hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Rahmat dan Hidayah kepada semua pihak yang sudah sangat tulus membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan untuk yang membacanya. Amin.

Jakarta, Agustus 2020

Penulis,

Arsy Lutfia Dewi

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arsy Lutfia Dewi  
NIM : 1161003281  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakulta : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (No-exclusive Royalty- Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Gadis Dalam Membangun Gadis Sampul Sebagai *Brand Extension*”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkal data (*database*), merawat, dan mempublikasi Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik HAK Cipta untuk kepentingan akademis.

Dibuat di : Jakarta  
Tanggal : 17 September 2020

Yang Menyatakan



(Arsy Lutfia Dewi)

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH GADIS DALAM  
MEMBANGUN GADIS SAMPUL SEBAGAI *BRAND EXTENSION***

Arsy Lutfia Dewi

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini di latar belakang oleh banyaknya perusahaan yang melakukan strategi *brand extension* untuk memperluas lini bisnis dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan serta berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Majalah Gadis dalam membangun Gadis Sampul sebagai *brand extension*. Kerangka penelitian ini menggunakan brand extension yang terdiri dari *similarity*, *reputation*, *perceived risk* dan *innovativeness* untuk mengetahui kesuksesan *brand extension* dan *reciprocal effect of brand extension* untuk menjelaskan efek timbal balik yang dihasilkan dari brand extension tersebut.. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptis yang di dapatkan melalui studi pustaka dan wawancara mendalam dengan lima orang informan yang memiliki latar belakang sebagai pengikut Majalah Gadis dan petinggi Majalah Gadis. Hasil penelitian ini diprediksi akan menjawab dimensi yang diteliti yaitu apa saja faktor faktor kesuksesan *brand extension* serta efek timbal balik yang dihasilkan oleh *brand extension* tersebut terhadap *parent brand* nya. Secara keseluruhan, hasil analisis menyatakan bahwa Majalah Gadis berhasil dalam melakukan brand extension dengan menghadirkan Gadis Sampul selain itu terdapat efek timbal balik (*reciprocal effect*) yang dirasakan oleh Majalah Gadis yaitu meningkatnya penjualan Majalah Gadis di saat pelaksanaan Gadis Sampul selain itu terdapat efek negatif seperti lebih dikenalnya Gadis Sampul dari pada Majalah Gadis.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, *Brand Extension*, *Reciprocal Effect*



**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF MAJALAH GADIS  
IN BUILDING GADIS SAMPUL AS A BRAND EXTENSION**

Arsy Lutfia Dewi

---

*ABSTRACT*

*This research is based on the background of many companies implementing brand extension strategies to expand their business lines with the aim of increasing sales and sustainability. This study aims to determine how the marketing communication strategy of Majalah Gadis is to build Gadis Sampul as a brand extension. This research framework uses brand extensions which consist of similarity, reputation, perceived risk and innovativeness to determine the success of brand extensions and the reciprocal effect of brand extensions to explain the reciprocal effects of brand extensions. The research method used is descriptive qualitative research, obtained through literature study and in-depth interviews with five informants who have backgrounds as followers of Majalah Gadis and Majalah Gadis officials. It is predicted that the results of this study will answer the dimensions studied, namely what are the factors of the success of the brand extension and the reciprocal effects of the brand extension on its parent brand. Overall, the results of the analysis stated that Majalah Gadis was successful in conducting a brand extension by presenting Gadis Sampul. Besides that there was a reciprocal effect felt by Majalah Gadis, namely the increase in sales of Majalah Gadis at the time of Gadis Sampul in addition there were negative effects such as more known as Gadis Sampul from Majalah Gadis*

***Keywords: Marketing Communication, Brand Extension, Reciprocal Effect***

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>1</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>2</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
1.1    Latar Belakang Masalah.....	2
1.2    Rumusan Masalah .....	9
1.3    Tujuan Penelitian .....	10
1.4    Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1    Manfaat Penelitian Teoritis.....	10
1.4.2    Manfaat Penelitian Praktis .....	10
<b>BAB II</b> .....	<b>11</b>
<b>KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	<b>11</b>
2.1    Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	11
2.2    Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	16
2.2.1    Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 <i>Brand</i> .....	19
2.2.3    Strategi <i>Branding</i> .....	21
2.2.4 <i>Brand Extension</i> .....	22
2.2.5 <i>Reciprocal Effect of Brand Extension on Parent Brand</i> .....	26
2.3    Kerangka Pemikiran.....	29
<b>BAB III</b> .....	<b>31</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
3.1    Metode Penelitian .....	31
3.2    Objek Penelitian.....	32
3.3    Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3.1    Sumber Data.....	32
3.3.2    Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4    Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	34
3.4.1    Definisi Konseptual.....	34
3.4.2    Operasionaliasasi Konsep .....	36

3.5	Teknik Analisis Data.....	38
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	39
3.7	Keterbatasan Penelitian.....	39
<b>BAB IV .....</b>		<b>41</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>41</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.1	Tentang Majalah Gadis .....	41
4.1.2	Tentang Gadis Sampul .....	42
4.2	Hasil Penelitian .....	44
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Gadis .....	44
4.2.2	Strategi <i>Brand Extension</i> Majalah Gadis menjadi Gadis Sampul.....	45
4.3	Pembahasan.....	55
4.3.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Gadis .....	55
4.3.2	Kesuksesan Gadis Sampul sebagai Brand Extension Majalah Gadis .....	57
4.3.3	<i>Reciprocal Effect of</i> Gadis Sampul <i>on</i> Majalah Gadis.....	65
4.3.4	Temuan Lain .....	68
4.4	Keterbatasan Penelitian.....	71
<b>BAB V .....</b>		<b>72</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>72</b>
5.1	Kesimpulan .....	72
5.2	Saran .....	74
5.2.1	Saran Akademis .....	74
5.2.2	Saran Praktis .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>77</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	<b>Media Kit Majalah Gadis</b>	.....	<b>4</b>
<b>Gambar 1.2</b>	<b>Alumni Gadis Sampul</b>	.....	<b>8</b>
<b>Gambar 4.1</b>	<b>Logo Majalah Gadis</b>	.....	<b>38</b>
<b>Gambar 4.2</b>	<b>Revolusi Majalah Gadis</b>	.....	<b>39</b>
<b>Gambar 4.3</b>	<b>Malam Puncak Gadis</b>	.....	<b>41</b>
	<b>Sampul 2019</b>		

**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel 2.1</b>	<b>Referensi Penelitian Terdahulu</b>	.....	<b>14</b>
<b>Tabel 2.2</b>	<b><i>Reciprocal Effect of Brand Extension</i></b>	.....	<b>26</b>
<b>Tabel 3.1</b>	<b>Operasionalisasi Konsep</b>	.....	<b>35</b>

**DAFTAR BAGAN**

**Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran ..... 28**

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran 1</b>	<b>Transkrip Wawancara Konsumen</b>	<b>.....</b>	<b>70</b>
<b>Lampiran 2</b>	<b>Transkrip Wawancara</b>	<b>.....</b>	<b>96</b>
	<b>Triangulator</b>		