



# PERAN DIVISI *MARKETING CREATIVE SOLUTION* DALAM PEMBUATAN *KONSEP BRANDING* DI *MNC VISION NETWORK*

TRISA FORTUNA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan Laporan Akhir “Peran Divisi *Marketing Creative Solution* dalam Pembuatan Konsep *Branding* di MNC Vision Network” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2021

Trisa Fortuna  
J3A118035



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies



## RINGKASAN

**TRISA FORTUNA. 2021** Peran Divisi *Marketing Creative Solution* dalam Pembuatan Konsep *Branding* di MNC Vision Network. *The Role of Marketing Creative Solution Division of Creating Branding Concept at MNC Vision Network*. Program Studi Komunikasi, Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Dibimbing oleh IKA SARTIKA

Hubungan antara komunikasi dan pemasaran merupakan dua hal yang saling berkaitan, komunikasi merupakan proses pemikiran dan pemahaman yang di sampaikan antar individu, atau antara perusahaan dan individu. Pasalnya rencana pemasaran yang ingin dilakukan membutuhkan elemen komunikasi yang tepat guna menggerakkan suatu rencana pemasaran yang baik sesuai target.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka Laporan Akhir ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana peran Divisi *Marketing Creative Solution* di MNC Vision Network, dan bagaimana tahap dalam proses pembuatan konsep *branding* di MNC Vision Network serta apa saja hambatan dan solusi yang terjadi dalam proses pembuatan konsep *branding* di MNC Vision Network yang berada di MNC Tower, 7th Floor Jl. Kebon Sirih No.17-19. Central Jakarta DKI Jakarta

Data yang digunakan untuk menyusun laporan tugas akhir ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi secara langsung, wawancara, partisipasi aktif dalam proses pembuatan konsep *branding* di MNC Vision Network, dan studi Pustaka dengan membaca buku referensi yang berkaitan dengan laporan tugas akhir.

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk membahas peran *marketing creative solution* di MNC Vision Network, menjelaskan proses pembuatan konsep *branding* di MNC Vision Network, di mulai dari tahap *brief, mapping and research, position and media, brainstorm creative* dan *present and revision*, serta menjelaskan hambatan dan solusi dalam proses pembuatan konsep *branding* di MNC Vision Network.

*Marketing creative solution* di MNC Vision Network memiliki peran sebagai *copywriter* dalam proses pembuatan konsep *branding*, dalam proses pembuatan konsep *branding* seorang *brand/advertiser* akan menghubungi media melalui *agency*, dan *agency* akan mencari media mana yang sesuai dengan permintaan *brand/advertiser*, hal ini disebut proses *peaching*. Namun dalam proses pembuatan konsep, Divisi *Marketing Creative Solution* juga memiliki hambatan tersendiri terutama saat *brief* dan juga komunikasi yang kurang efektif sehingga seringkali menyebabkan *miss communication*, hal ini dapat diatasi dengan melibatkan tim *marketing creative solution* saat *brief*, agar dapat mengurangi resiko *miss communication*.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Konsep *Branding*, *Marketing Creative Solution*



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

© Hak Cipta Milik IPB, tahun 2021  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin.*



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan berita atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University

# **PERAN DIVISI *MARKETING CREATIVE SOLUTION* DALAM PEMBUATAN KONSEP *BRANDING* DI MNC VISION NETWORK**

**TRISA FORTUNA**

Laporan Akhir

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Ahli Madya pada

Program Studi Komunikasi



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2021**



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan berita atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Siska Mulyawaty, Sikom MSi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Judul Laporan Akhir : Peran Divisi *Marketing Creative Solution* dalam Pembuatan Konsep *Branding* di MNC Vision Network

Nama : Trisa Fortuna  
NIM : J3A118035

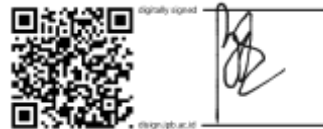
Disetujui oleh

Pembimbing :  
Ika Sartika, M.Sn.  
NPI. 202103197905101001



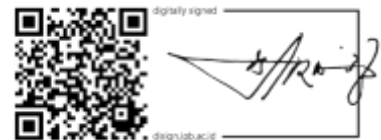
Diketahui oleh

Ketua Program Studi :  
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.  
NIP. 196704101991031001



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Dekan :  
Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec.  
NIP. 196106181986091001



Tanggal Ujian:  
24 Juli 2021

Tanggal Lulus: