



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi *Advertising & Marketing Communication*
Wahyu Try Nugroho
44311010059

Strategi Periklanan (*Advertising*) LPP TVRI Dalam Mengiklankan Program Acara Taman Buaya Beat Club Pada Pemirsa Remaja Gen-Y
Jumlah halaman : v + 93 halaman + 11 lampiran
Bibliografi : 18 acuan, Tahun 1982-2015

ABSTRAKSI

Sebagai bagian dari komunikasi massa, media televisi mempunyai ciri khas cepat, selintas dan umum. Hal inilah yang dimanfaatkan secara maksimal oleh para pemasang iklan (Produsen). Periklanan atau *advertising* merupakan suatu bentuk komunikasi dengan tujuan mengajak orang yang melihat, membaca atau mendengarnya untuk melakukan sesuatu. TVRI selaku stasiun televisi membuat iklan acara Taman Buaya Beat Club yang bertujuan merubah image dan mindset remaja gen-y tentang TVRI.

Penelitian ini menggunakan teori dari Kotler, tujuan iklan mengandung *Informative Advertising* (Iklan Informatif), *Persuasive Advertising* (Iklan Persuasive), *Reminder Advertising* (Iklan Pengingat) dan *Comparison Advertising* (Iklan Perbandingan)

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma post-positivisme. Tipe penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in depth interview*). Narasumber dalam penelitian ini adalah Bapak Budi Utomo, Bapak Ghani Minhad dan 2 orang gen-y pemirsa televisi serta band Killing Me Inside.

Berdasarkan hasil wawancara iklan yang ditayangkan oleh TVRI dalam mengiklankan program acara Taman Buaya Beat Club adalah media yang digunakan hanya media ATL yaitu iklan di televisi dan tujuan iklan Taman Buaya Beat Club mengandung *informative* karena program acara ini baru ditayangkan serta *persuasive* yang ingin merubah *image* gen-y tetapi tidak merubah.

Keywords : Advertsing, Media Advertising