



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI BROADCASTING**

Intan Pramitasari (44109010038)

Strategi Stasiun Televisi Lokal di Provinsi Banten dalam Mendapatkan Pemasang Iklan (Studi Kasus Cahaya Televisi Banten)

Jumlah halaman : x + 111 halaman + 18 lampiran

Bibliografi : 20 acuan, tahun 1992-2012

ABSTRAKSI

Sebagai salah satu media massa, televisi merupakan media audiovisual yang dipercaya keefektifannya sebagai media promosi dan beriklan. Dengan menggunakan dua elemen kekuatan sekaligus yaitu audio dan visual menjadikan televisi sebagai media promosi yang sangat mahal. Maka dari itu iklan dan televisi merupakan dua bagian yang tidak dapat dipisahkan karena dalam hal ini televisi dan iklan saling membutuhkan. Untuk itu suatu stasiun televisi baik swasta maupun lokal harus memiliki strategi untuk mendapatkan pemasang iklan ditengah ketatnya persaingan yang ada di industri pertelevisian Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi stasiun televisi lokal di Provinsi Banten dalam mendapatkan pemasang iklan (studi kasus Cahaya Televisi Banten). Teori yang digunakan adalah teori tahapan strategi Fred R. David, dalam proses tahapan-tahapan strategi yang meliputi proses perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus menurut Patton, dimana peneliti berupaya mengumpulkan kemudian mengorganisasikan serta menganalisis data tentang kasus yang menjadi pokok permasalahan dengan menggunakan metode wawancara secara mendalam dengan narasumber di CTV Banten.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa CTV Banten telah menjadi stasiun televisi lokal yang mampu menghadapi ancaman dan persaingan yang ada, dengan menerapkan sistem strategi dengan cara kerjasama dan bermitra dengan para pemasang iklan, sehingga dapat bertahan meskipun dengan segala keterbatasan yang dimiliki sebagai televisi lokal.