



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

Nama : Agus Nugraha
NIM : 44106110020
Judul : **Pengaruh Promo On Air Program Televisi terhadap Persepsi Pemirsa mengenai Program Televisi di ANTV (Survey Terhadap Pemirsa usia 19 – 45 tahun di Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Kelas Karyawan, Universitas Mercu Buana, Meruya, Jakarta)**
Bibliografi : 27 bahan acuan bacaan

ABSTRAK

Dengan semakin bertambahnya jumlah stasiun televisi, persaingan dunia pertelevisian semakin ketat karena televisi sudah tumbuh menjadi sarana bisnis, Program-program televisi di ANTV sebagai produk membutuhkan promosi dalam pemasarannya. Promosi secara on air pada program televisi bertujuan untuk menarik audiens sebanyak-banyaknya, membentuk persepsi dan menarik minat audiens untuk selalu menonton program-program televisi di ANTV. Berdasarkan alasan tersebut, penulis ingin mengetahui lebih jauh pengaruh promo on air program televisi terhadap persepsi pemirsa mengenai program televisi di ANTV.

Konsep dan teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah teori komunikasi merujuk pada pendapat Tan dan Wright bahwa komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu. Serta promosi menurut Michael Ray yaitu seluruh upaya yang dimulai dari pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.

Penelitian ini bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan kuesioner. Data diperoleh dari penarikan sampel non probabilitas dengan cara *purposive sampling* terhadap mahasiswa Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana sebanyak 147 orang yang pernah menonton ANTV, mewakili dari keseluruhan populasi yang berjumlah 1464 orang.

Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa promo on air program televisi mempengaruhi persepsi pemirsa mengenai program televisi di ANTV. Respon yang dari tayangan *audiovisual* promo on air program cukup positif. Mereka juga memperhatikan promo on air sesuai kepentingan akan program yang mereka tonton. Dan cukup baik mengingat informasi yang diberikan promo on air program karena ditayangkan secara berulang-ulang.