



STRATEGI PROMOSI ANTV DALAM MEMASARKAN PROGRAM STAR KIDS KEPADA KHALAYAK TAHUN 2008

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama : Siti Hartuti
NIM : 4430411070
Jurusan : *Marketing Communication*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
J A K A R T A
2 0 0 9**

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

J u d u l : STRATEGI PROMOSI ANTV DALAM MEMASARKAN
PROGRAM STAR KIDS KEPADA KHALAYAK TAHUN
2008

N a m a : Siti Hartuti

N I M : 4430411070

Fakultas : Ilmu Komunikasi

J u r u s a n : Marketing Communication

Mengetahui,

Pembimbing.

(SM. Niken Restaty S.Sos Msi)



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

N a m a : Siti Hartuti
N I M : 4430411070
Fakultas : Ilmu Komunikasi
J u r u s a n : Marketing Communication
Judul : Strategi Promosi Antv Dalam Memasarkan Program Star Kids
Kepada Khalayak Tahun 2008

Jakarta, Agustus 2009

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing,

(SM. Niken Restaty S.Sos Msi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dra Diah Wardhani, M.S.i)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

N a m a : Siti Hartuti
N I M : 4430411070
Fakultas : Ilmu Komunikasi
J u r u s a n : Marketing Communication
Judul : Strategi Promosi Antv Dalam Memasarkan Program Star Kids
Kepada Khalayak Tahun 2008

Jakarta, Agustus 2009

Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si ()

Penguji Ahli

Nama: Nurprapti W. Widyastuti S. Sos. Msi ()

Pembimbing

Nama: SM. Niken Restaty S.Sos Msi ()

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah. Kata itu yang berulang kali terucap ketika berhasil mengumpulkan draft skripsi ini dan melaksanakan sidang outline pada 3 Januari 2009. Alhamdulillah. Kata itu berulang kali terucap lagi ketika akhirnya maju sidang juga. Alhamdulillah. Terima kasih yang tak terhingga pada Tuhan saya, Allah SWT. Karena sekuat apapun saya berusaha, bila tanpa restu-Nya, karya ini tak akan selesai. Semoga dengan selesainya skripsi ini, Allah SWT memberikan ridha untuk dapat melangkah untuk mendapatkan cita – cita dan harapan yang lebih baik.

Skripsi yang disusun guna melengkapi sebagian syarat-syarat untuk kelulusan dan meraih gelar sarjana Strata Satu (S1) Universitas Mercu Buana ini berjudul **“Strategi Promosi antv Dalam Memasarkan Program Star Kids Kepada Khalayak Pada Tahun 2008”** .

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa semua tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak.

Ibu SM. Niken Restaty S.Sos Msi, selaku pembimbing skripsi saya, terima kasih atas ilmunya, saran-sarannya, waktu, tenaga dan yang terutama, terima kasih atas kesediaannya membimbing saya dengan penuh kesabaran. Dan terima kasih atas semua pinjaman bahan-bahan untuk skripsi saya Bu.

Ibu Nurprapti W. Widyastuti S. Sos. Msi si selaku Dosen Penguji Ahli atas waktunya.

Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku ketua sidang dan ketua bidang studi atas waktunya, perhatian dan dukungannya.

Seluruh dosen – dosen FIKOM Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmunya sehingga bertambah pengetahuanku.

Seluruh Staff dan Karyawan FIKOM Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bantuannya demi kelancaran kegiatan perkuliahan.

Seluruh Narasumber Departemen Promosi & Programing antv yang telah berbaik hati meluangkan waktunya dan mebantu dalam penyusunan skripsi ini.

Mama tersayang, *you are the greatest woman in the world*. wanita yang seorang diri telah melakukan segalanya untuk membesarkan saya. Terima kasih atas segala doa, cinta dan kasih sayang selama 30 tahun ini (*and still counting*)...

Almarhum Papa: sayang sekali Papa tidak sempat melihat anaknya jadi sarjana...
Salah satu tugasku sudah selesai Pa...*Hope you can still be smiling proudly up there*... ..
I love you..Ma, Pa..

My little Al... buah hatiku tersayang, skripsi ini bunda persembahkan untukmu Nak, yang selalu jadi penyemangat bunda setiap saat... selalu menemani disetiap perjuangan bunda...Makasih sayang...

Suamiku... dengan, kasih sayang dan ekstra kesabaran yang telah diberikan. Makasih Pa... udah dengan sabarnya nemenin bunda kekampus, ke gramedia, ke rumah Bu Niken kemana-mana..

Keluargaku, adik-adikkku, Mama, Ayah, adikku di Depok... yang selalu memberikan doa dan dukungannya.

Ghita, adik, sahabat di segala situasi, suka maupun duka, panas maupun hujan, tajir maupun kere... Akhirnya kita lulus juga Ghit...

Mba Fajar, sahabat spiritual ☺ yang selalu mengingatkan bahwa “Semua Indah Pada Waktunya.... Indahnya mba, akhirnya kita bisa lulus...

Yunia, Lisa, Syechti, Mba Julie, Amas, Nana, Rachmi, Hanum, makasih persahabatannya dan juga semangat dan keceriaan yang selalu diberikan setiap saat... *thanks for the laughs* Seluruh teman – teman seperjuangan... Marcom angkatan V...

Dan untuk semua pihak yang mungkin terlewatkan oleh saya dalam ucapan-ucapan terima kasih ini, mohon maaf, dan terima kasih atas semua bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis sangat terbuka bagi kritik dan saran untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

Penulis,
Siti Hartuti

Siti Hartuti
4430411-070
Jurusan Marketing Communication
Fakultas Ilmu Komunikasi

ABSTRAKSI

Strategi promosi antv dalam memasarkan program star kids kepada khalayak tahun 2008 .

(5 bab, 83 halaman,: 22 buku, 1 website, 2 artikel 2008)

Persaingan dalam dunia pertelevisian di Indonesia kini semakin ketat, terlebih setelah tahun 2001, dimana banyak televisi swasta baru yang bermunculan. Setiap stasiun televisi berlomba untuk menarik sebanyak mungkin perhatian pemirsa yang nantinya akan terlihat pada perolehan TV Rating dan TV Share dan tentunya juga akan sangat berpengaruh pada pendapatan kue iklan. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana strategi promosi antv dalam memasarkan program star kids pada khalayak pada tahun 2008 dengan penjabaran secara terperinci.

Guna memenangkan persaingan, setiap stasiun televisi melakukan berbagai strategi, salah satunya dengan menerapkan strategi promosi yang jitu. Strategi promosi sangatlah penting sebagai salah satu usaha meningkatkan awareness pemirsa televisi terhadap program – program yang baru dan program yang sedang ditayangkan. Sebagai landasan dari penelitian ini, digunakan teori promosi yang dikemukakan oleh Chriss Fill, yaitu dalam penyusunan sebuah strategi promosi terdapat elemen-elemen yang saling berkaitan antara satu dengan lainnya..

Penelitian ini menggunakan sifat penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif. Dan metode penelitian yang digunakan pada penulisan skripsi adalah metode studi kasus, dengan narasumber Programming Manager , Marketing Communication Manager, On Air Promo Manager, serta didukung oleh data sekunder. Dengan fokus penelitian yang meliputi *key factor analysis* program star kids, strategi promosi program star kids, dan pelaksanaan strategi promosi star kids pada tahun 2008.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh antv dalam program star kids pada tahun 2008 adalah dengan mengoptimalkan penggunaan promo on air untuk kampanye program dengan dikemas secara informatif dan persuasif tanpa mengesampingkan penggunaan promo off air sebagai pendukung. Di tahun 2008, antv telah melakukan berbagai aktivitas promosi program star kids guna meningkatkan awareness pemirsa, dan hasilnya terlihat dengan meningkatnya TV Rating dan TV Share program star kids yang diperoleh antv . Tetap diperlukan terobosan – terobosan baru dalam melakukan kegiatan promosi program star kids agar lebih menarik perhatian para pemirsa televisi.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	iii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
DAFTAR TABEL.....	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Sebagai Salah Satu Kegiatan Pemasaran.....	9
2.2 Promosi Sebagai Salah Satu Bauran Pemasaran.....	11
2.3 Strategi Promosi Program Televisi.....	15
2.4 Elemen-Elemen Strategi Promosi.....	18
2.3.1 Key Factor Analysis.....	19
2.3.2 Promotion Objective & Posotioning.....	22
2.3.3 Research.....	23
2.3.4 Agency.....	23
2.3.5 Communication Mix.....	24
2.3.6 Comunication Budget.....	33
2.3.7 Evaluating & Testing.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Sifat Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4 Penentuan Narasumber.....	38
3.5 Definisi Konsep.....	39
3.6 Fokus Penelitian.....	40
3.7 Pengolahan Data dan Analisa.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum antv.....	41
4.1.1 Visi dan Misi antv.....	42
4.1.2 Departemen Promosi antv.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Analisa Situasi	44
4.2.1.1 Analisa Produk.....	44
4.2.1.2 Analisa Konsumen.....	48

4.2.1.3 Analisa Pesaing.....	53
4.2.2 SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)	55
4.2.3 STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	58
4.2.4 Perencanaan Strategi Promosi Program Star Kids.....	58
4.2.5 Pelaksanaan Strategi Promosi Program Star Kids	62
4.2.7 Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Promo Program Star Kids

Lampiran 4 Branding Star Kids

Lampiran 5 Riwayat Hidup Penulis

DAFTAR TABEL

Tabel I	Jumlah dan Prosentase Program Anak,6
Tabel II	Karakteristik Elemen Bauran Promosi.....32
Tabel III	Jumlah & Prosentase program anak periode November 2008.....47
Tabel IV	Perolehan 10 besar rating dan share program anak periode 2008....47
Tabel V	Stasiun Pemancar antv.....49
Tabel VI	Populasi Pemirsa TV berdasarkan SES.....50
Tabel VII	Populasi Pemirsa TV berdasarkan Umur.....51
Tabel VIII	Populasi Pemirsa TV berdasarkan Kota.....52
Tabel IX	Perolehan rating dan share program anak periode November 2008..53
Tabel X	Komposisi Program.....64
Tabel XI	Kegiatan Promosi program star antv pada tahun 2008.....66
Tabel XII	Frekuensi penayangan & pemilihan media promo star kids.....66

DAFTAR BAGAN

Bagan I	A Decision Sequence Framework For The Development of Marketing Communications.....11
Bagan II	Organisations Between The Advertiser and The Client.....24
Bagan III	Promosi, Dr. Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (2001).....27

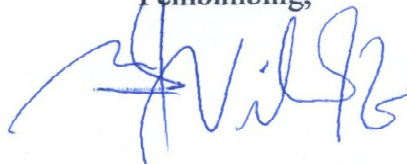
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Siti Hartuti
NIM : 4430411070
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication
Judul : Strategi Promosi Antv Dalam Memasarkan Program Star Kids
Kepada Khalayak Tahun 2008

Jakarta, Agustus 2009

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing,



(SM. Niken Restaty S.Sos Msi)

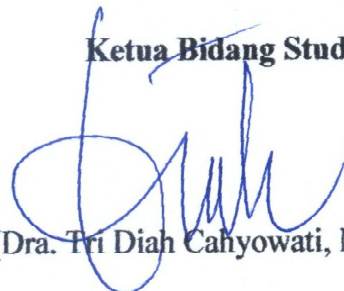
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra Diah Wardhani, M.S.i)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI ANTV DALAM MEMASARKAN
PROGRAM STAR KIDS KEPADA KHALAYAK TAHUN
2008

Nama : Siti Hartuti

NIM : 4430411070

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication

Mengetahui,

Pembimbing.



(SM. Niken Restaty S.Sos Msi)