

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 startegi 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 mengoptimalisasi 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.