

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM LIGA 1 GOJEK TRAVELOKA 2017 DALAM MEMPEROLEH SPONSOR DAN PENGIKLAN DI TVONE**

**Oleh :**

**APOLONIA ANNA CHRISTINA**

**44315120030**

Berkembang pesatnya industry media elektronik khususnya televisi, memperkuat persaingan diantara media itu sendiri. Mereka berlomba-lomba menyajikan program-program yang menarik untuk pemirsanya sehingga menarik bagi para pemasang iklan. Peranan iklan sangat besar pengaruhnya dalam menjaga eksistensi dan dalam memperkuat dari segi keuntungan bagi media itu sendiri. Dengan jumlah kepemirsaaan yang tinggi hal itu dimanfaatkan oleh pengiklan untuk menayangkan produknya. Agar tidak ditinggal pemirsa dan pengiklannya, maka tvone pada periode april – November 2017 menayangkan program Liga 1 Gojek Traveloka. Strategi komunikasi pemasaran harus dijalankan dengan benar oleh tvOne sehingga program Liga 1 Gojek Traveloka bisa memperoleh keuntungan dari segi pendapatan untuk perusahaan. Dengan maraknya persaingan bisnis di stasiun televisi tim sales & marketing tvone harus benar-benar jeli melihat peluang produk agar menjadi target pengiklan di tvone. dengan komunikasi pemasaran yang tepat, diharapkan program Liga 1 Gojek Traveloka bisa mendapat sponsor dan mendatangkan pengiklan yang baru untuk tvOne.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan untuk memasarkan program Liga 1 Gojek Traveloka Dalam memperoleh Sponsor dan Pengiklan di tvOne ; (2) Untuk mengetahui hambatan yang dilalui tvOne dalam memasarkan program Liga 1 Gojek Traveloka.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komunikasi pemasaran, Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC) dan Sponsorship merupakan sebuah pendekatan dan metode dalam hal meningkatkan pemasaran tvOne itu sendiri khususnya dalam hal ini adalah mengenai menarik minat para pemasang iklan pada program Liga 1 Gojek Traveloka pada tahun 2017.

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif studi kasus dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara wawancara terhadap bidang Sales, Marketing & Research di tvOne, Jakarta serta mengumpulkan Dokumen yang berkenaan dengan tujuan penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan mengenai strategi komunikasi pemasaran program Liga 1 Gojek Traveloka 2017 dalam memperoleh sponsor dan pengiklan di tvOne, yang dilakukan oleh Divisi Sales, Marketing dan Research. Upaya-upaya tersebut adalah dengan mengemas suatu bentuk penawaran dengan mempertimbangkan aspek-aspek, yaitu penentuan harga, jadwal penyiaran, penentuan prospek klien, data program sport sejenis, schedule pertandingan, off air program Liga 1 Gojek Traveloka yang kemudian dipasarkan melalui kegiatan komunikasi pemasaran yaitu Penjualan Tatap muka (Personal Selling) dan Promosi Penjualan (Sales Promotion).

**Kata Kunci** : *Komunikasi Pemasaran, Promotion dan Program Liga 1 Gojek Traveloka Tahun 2017 di tvOne.*

