



**STRATEGI PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA
DALAM MENINGKATKAN PUBLIC AWARENESS
PROGRAM THE NEW EAT BULAGA INDONESIA
DI ANTV**

TESIS

**QUARTANTYO YOGA UTOMO
55210120016**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2016**



**STRATEGI PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA
DALAM MENINGKATKAN PUBLIC AWARENESS
PROGRAM THE NEW EAT BULAGA INDONESIA
DI ANTV**

TESIS

**QUARTANTYO YOGA UTOMO
55210120016**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Quartantyo Yoga Utomo
2. NIM : 55210120016
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
6. Judul : *Strategi Penggunaan Social Media Dalam Meningkatkan Public Awareness Program The New Eat Bulaga Indonesia Di ANTV*

Jakarta, 26 Februari 2016

Pembimbing Utama



Dr. Endah Murwani M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Dalam Meningkatkan *Public Awareness Program The New Eat Bulaga Indonesia* di ANTV
2. Nama : Quartantyo Yoga Utomo
3. NIM : 55210120016
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 26 Februari 2016

Jakarta, 15 Maret 2016

Mengetahui,



(.....)



(.....)



(.....)

1. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh, M.Si

2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si

3. Pembimbing
Dr. Endah Murwani, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Dalam Meningkatkan *Public Awareness Program The New Eat Bulaga Indonesia* di ANTV
2. Nama : Quartantyo Yoga Utomo
3. NIM : 55210120016
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*
7. Tanggal : 15 Maret 2016

Jakarta, 15 Maret 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si



(.....)

3. Pembimbing
Dr. Endah Murwani, M.Si



(.....)



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Penggunaan *Social Media* Dalam
Meningkatkan *Public Awareness Program The New
Eat Bulaga Indonesia* di ANTV

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah

Nama : Quartantyo Yoga Utomo

Nim : 55210120016

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 26 Februari 2016

Mengesahkan,

Pembimbing Utama

Dr. Endah Murwani, M.Si

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Quartantyo Yoga Utomo
NIM : 55210120016
Jurusan : Corporate & Marketing Communication
Fakultas : Magister Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Penggunaan *Social Media* Dalam Meningkatkan
Public Awareness Program The New Eat Bulaga Indonesia di
ANTV

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tesis yang telah saya buat ini adalah asli hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan tesis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Penulis,



Quartantyo Yoga Utomo

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa Allah SWT, karena atas segala rahmat kasih dan karunia-Nya-lah penulis mampu menempuh dan menyelesaikan tesis program magister ilmu komunikasi jurusan corporate & marketing communications ini.

Rasa syukur dan terima kasih bahwa beberapa kendala dan hambatan yang dijumpai dalam penulisan tesis ini telah dapat diatasi baik, disamping itu penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangannya, maka dari itu saran dan kritik yang membangun dari semua pihak akan menjadi masukan yang sangat diharapkan..

Penulis menghaturkan banyak terima kasih, khususnya kepada :

1. Kedua orang tua, Bapak Goenawan Djoko Oetojo dan Ibu Andi Sitti Asiah atas kasih sayang, kesabaran, dan dukungan untuk segalanya.
Words can not express my love to you.
2. Kepada Kakak-kakak penulis : Mba Happy, Mba Secky, Mas Teddy, serta kakak-kakak ipar dan keponakan-keponakan yang selalu menginspirasi
3. Dr. Endah Murwani, M.Si, pembimbing tesis dari jaman S1 hingga S2, terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan waktu yang diberikan
4. Dr. Nur Kholisoh selaku ketua sidang tesis dan ketua program studi magister ilmu komunikasi
5. Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku dosen pengajar dan dosen penguji ahli
6. Para staf magister komunikasi kampus Meruya dan kampus Menteng
7. Direktur program pascasarjana, Prof. Dr. Didik J. Rachbini
8. Rektor Universitas Mercu Buana, DR. Arissetyanto Nugroho, MM
9. Para sahabat dan rekan perjuangan magister ilmu komunikasi angkatan 2011
10. Otis Hahijary, Direktur Operasional ANTV
11. Monica Desideria, General Manager Marketing & Corporate Communication ANTV
12. M. Yasin, Supervisor unit Social Media & Multimedia ANTV
13. Agus Nugraha, Manager On-air Look & Brand Management ANTV

14. Eko Yuwono, Senior Manager On-air Look & Brand Management
ANTV

Penulis juga berterima kasih atas bantuan dan perhatian dari semua pihak dalam penelitian ini yang tidak mungkin dapat disebutkan satu persatu dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dengan berkat yang melimpah dan damai sejahtera selalu.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAKSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BABI I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah	11
1.2.1 Rumusan Masalah	11
1.2.2 Identifikasi Masalah	13
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Maksud Penelitian.....	13
1.3.2 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II : KERANGKA TEORITIS.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Media Marketing	26
2.3 New Media	28
2.4 Jenis-jenis Social Media	33
2.4.1 Tingkatan Pengguna Social Media	34
2.5 Strategi Social Media Marketing	37
2.6 Strategi Komunikasi Social Media Marketing.....	39
2.7 Karakteristik Komunikasi Pemasaran Digital	41
2.8 Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Paradigma Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.3 Key Informan & Narasumber.....	50
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	51
3.4.1 Wawancara Mendalam	52
3.4.2 Dokumentasi.....	53
3.4.3 Kepustakaan	54
3.5 Tehnik Analisa Data	55
3.6 Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	57
BAB IV : HASIL & ANALISA PENELITIAN	60
4.1 Profil Perusahaan	60
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Profil Narasumber	62

4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 Alasan Menerapkan Social Media Marketing Pada Strategi Pemasaran ANTV	65
4.3.2 Social Media Marketing Yang Digunakan Pada Strategi Komunikasi Pemasaran ANTV	69
4.3.3 Penggunaan Social Media Dalam Promosi.....	71
4.3.4 Jenis Social Media ANTV.....	72
4.3.4.1 Website	72
4.3.4.2 Instagram	75
4.3.4.3 Youtube.....	78
4.3.4.4 Twitter	81
4.4 Elemen Social Media Marketing Sebagai Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran ANTV	83
BAB V : KESIMPULAN & REKOMENDASI	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Rekomendasi	90
5.2.1 Rekomendasi Akademis	90
5.2.2 Rekomendasi Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA.....	viii
LAMPIRAN	xii
BIODATA PENULIS	

