

ABSTRAK

Nama : Ike Rositasari
NIM : 0430312-004
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul : “Strategi Promosi TRANSTV Dalam Memasarkan Program Acara Pada Khalayak Di Tahun 2006”
Jumlah Isi/Bibliografi : 87 Halaman / 18 Buku
Pembimbing : Dra. Endah Muwarni, Msi

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 akan terlihat pada perolehan TV Rating dan TV Share dan tentunya akan sangat berpengaruh pada pendapatan kue iklan.

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

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dan bersifat deskriptif yang tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi TRANSTV dalam memasarkan program acaranya pada khalayak pada tahun 2006 dengan penjabaran secara terperinci. Metode penelitian yang digunakan pada penulisan skripsi adalah metode studi kasus.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa strategi promosi yang diterapkan oleh TRANSTV pada tahun 2006 adalah dengan mengoptimalisasi penggunaan promo on air untuk kampanye program maupun korporat dengan dikemas secara informatif dan persuasif tanpa mengesampingkan penggunaan promo off air sebagai pendukung.

Di tahun 2006, TRANSTV telah melakukan berbagai aktivitas promosi guna meningkatkan awareness pemirsa, dan hasilnya terlihat dengan terus meningkatnya TV Rating dan TV Share yang diperoleh TRANSTV dan juga peningkatnya posisi TRANSTV. Tetap diperlukan terobosan – terobosan baru dalam melakukan kegiatan promosi agar lebih menarik perhatian para pemirsa televisi.