



**STRATEGI PEMASARAN IKLAN DIGITAL TRANS TV
MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL
(Periode Tahun 2018 – 2019)**



**OLEH
ADITYA RURUH BAGUS PRAKOSO
55218110037**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Aditya Ruruh Bagus Prakoso
NIM : 55218110037
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir / Tesis : Strategi Pemasaran Iklan Digital Trans TV Melalui Akun Media Sosial (Periode Tahun 2018 – 2019)

Jakarta, 16 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,

MERCU BUANA

Ponco Budi Sulistyo, M.Comn., Ph.D.



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

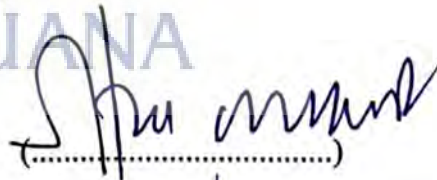
Judul : Strategi Pemasaran Iklan Digital Trans TV Melalui Media Sosial
(Periode Tahun 2018 – 2019)
Nama : Aditya Ruruh Bagus Prakoso
NIM : 55218110037
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate Marketing
Tanggal : 16 Agustus 2021

Jakarta, (16 Agustus 2021)

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :

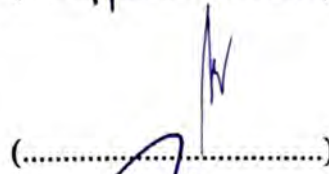
Dr. Heri Budiarto, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli :

Dr. Inge Hutagalung, Msi



(.....)

3. Pembimbing :

Ponco Budi Sulistyio, M.Comm., Ph.D.



(.....)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Pemasaran Iklan Digital Trans TV Melalui Akun Media Sosial (Periode Tahun 2018 – 2019)
Nama : Aditya Ruruh Bagus Prakoso
NIM : 55218110037
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Tanggal : 16 Agustus 2021

Jakarta, (16 Agustus 2021)
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Heri Budianto, M.Si (.....)
2. Penguji Ahli :
Dr. Inge Hutagalung, Msi (.....)
3. Pembimbing :
Ponco Budi Sulisty, M.Comm., Ph.D. (.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : Aditya Ruruh Bagus Prakoso
NIM : 55218110037
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir / Tesis : Strategi Pemasaran Iklan Digital Trans TV Melalui Akun Media Sosial (Periode Tahun 2018 – 2019)

Jakarta, 16 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,

Ponce Budi Sulistyono, M.Comn., Ph.D.

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yulianawati, M.Si)

Ketua Program Studi

Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Aditya Ruruh Bagus Prakoso

NIM : 55218110037

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “**Strategi Pemasaran Iklan Digital Trans TV Melalui Akun Media Sosial (Periode Pemasaran 2018 – 2019)**” telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 9 Juli 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 19%.



Jakarta, 21 Juli 2021



Sukadi.SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Strategi Pemasaran Iklan Digital Trans TV Melalui Akun Media Sosial (Periode Pemasaran 2018 – 2019)
Nama : Aditya Ruruh Bagus Prakoso
NIM : 55218110037
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 16 Agustus 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya-karya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semoga informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 16 Agustus 2021



Aditya Ruruh Bagus Prakoso

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul **“Strategi Pemasaran Iklan Digital Trans TV Melalui Akun Media Sosial (Periode 2018 – 2019)”**. Tesis ini merupakan salah satu persyaratan lulus Strata-2, Fakultas Magister Ilmu Komunikasi, Jurusan *Corporate & Marketing Communication*, Universitas Mercu Buana. Saya ucapkan terima kasih kepada orang-orang yang selalu mendukung penyusunan tesis ini;

1. Kedua orang tua saya, dr. Trisunu Ruruh Wibowo Sp.PK dan Dra. Fatma Ridadari yang selalu mengingatkan pagi siang malam untuk menyelesaikan tesis ini.
2. Ponco Budi Sulistyo., S.Sos., M.Comn., Ph.D selaku pembimbing yang telah memberi arahan dalam menyelesaikan penelitian tesis ini.
3. Dr. Inge Hutagalung, M.Si selaku dosen penguji sidang tesis yang telah memberi banyak masukan pada penyusunan tesis ini.
4. Dr. Heri Budianto, M.Si selaku ketua sidang tesis yang telah memberi masukan dan koreksi pada penyusunan tesis ini.
5. Grandiest Katrina Viola Kusumadewi S.Pd. dan Annasya Sarah Kamila Ruruh, Istri tercinta dan anak perempuan saya yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Adik Saya, dr. Andita Putri Laksmitasari, yang ikut memotivasi agar segera lulus program magister.
7. Teman-teman sekelas terbaik yang saya miliki. Untuk setiap dukungan dan waktu yang kalian luangkan, untuk sekedar menemani minum kopi sembari menyelesaikan tugas- tugas kuliah.

Jakarta, Juni 2021

Aditya Ruruh Bagus Prakoso

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Identifikasi Masalah	11
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Terdahulu	14
2.2. Kajian Teoritis	20
2.3. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Objek Penelitian	35
3.2. Paradigma Penelitian	35
3.3. Metode Penelitian	37
3.4. Key Informan dan Informan	38
3.5. Jenis dan Sumber Data	40
3.6. Teknik Pengumpulan Data	40
3.7. Teknik Analisis Data	42
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	44
4.2. Hasil Penelitian	49
4.3. Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94

LAMPIRAN 97

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 14



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Contoh iklan digital	3
Gambar 1.2. Contoh iklan digital	4
Gambar 1.3. Contoh iklan digital	5
Gambar 1.4. Penetrasi Internet di Beberapa Negara	7
Gambar 1.5. Pengguna aktif media sosial di indonesia	8
Gambar 1.6. Pengguna Media sosial di indonesia	9
Gambar 1.7. Perbandingan durasi media sosial dan Televisi di Indonesia	10
Gambar 2.1 Model AISAS	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Logo Trans TV	45
Gambar 4.2 Struktur Digital Content Creative	46
Gambar 4.3 Instagram Trans TV	47
Gambar 4.4 Twitter Trans TV	47
Gambar 4.5 Facebook Trans TV	48
Gambar 4.6 Youtube Trans TV	48
Gambar 4.7 Funfact Carousel	59
Gambar 4.8 FunAds Carousel	59
Gambar 4.9 AdStory	60
Gambar 4.10 Pengguna Aktif Media Sosial	78
Gambar 4.11 Model AISAS Sugiyama & Andree	85
Gambar 4.12 Contoh Digital Promotion	86
Gambar 4.13 Contoh Digital Activation	87
Gambar 4.14 Contoh action & share	89