

## ABSTRAK

### **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PROGRAM ACARA MENUJU ISTANA SEBAGAI PROGRAM PENUNJANG EVENT PEMILIHAN PRESIDEN 2019 DI TVONE DALAM MENARIK PENGIKLAN**

Oleh :

**NILA KURNIA RIZA**

**44316120048**

Media adalah salah satu sumber informasi bagi masyarakat, karena masyarakat mengenal kehidupan politik melalui media, dimana media adalah salah satu sebagai sumber pengetahuan dalam bidang ekonomi, sosial, budaya dan juga politik. Bidang politik cukup banyak berpengaruh dikarenakan komunikasi sangat penting dan diperlukan dalam politik sebagai salah satu bagian dari kegiatan politik itu sendiri. Seperti pemberitaan terkait politik yang sering menggunakan media massa yaitu Radio, Televisi dan lain-lain.

Program Menuju Istana ini merupakan program penunjang yang diproduksi langsung dari tvone oleh karena itu peneliti ingin mengungkapkan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan beserta hambatannya terhadap program penunjang tersebut dalam menarik pengiklan. Tujuan penelitian ini adalah yang pertama untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan untuk memasarkan program Menuju Istana menarik pengiklan dan kedua untuk mengetahui hambatan yang dilalui tvOne dalam memasarkan program Menuju Istana.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan mengenai strategi komunikasi pemasaran program acara Menuju Istana dalam memperoleh sponsor dan pengiklan di tvOne, yang dilakukan oleh Divisi Sales & Marketing. Upaya yang dilakukan adalah dengan mempersiapkan penawaran kepada klien dan mempertimbangkan aspek-aspek, yaitu penentuan harga, jadwal penyiaran acara, narasumber – narasumber yang datang, penentuan feedback klien, data program Talkshow politik sejenis, dan dipasarkan melalui kegiatan komunikasi pemasaran yaitu *Personal Selling* dan *Sales Promotion*.

**Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Program Televisi, Program Acara Penunjang Event Pemilihan Presiden 2019**

**ABSTRACT**

**THE STRATEGY OF MARKETING COMMUNICATIONS PROGRAM  
OF THE EVENT LEADING TO THE PALACE AS A PROGRAM  
SUPPORTING EVENT 2019 in PRESIDENTIAL ELECTION TVONE in  
ATTRACTING ADVERTISERS**

**BY :**

**NILA KURNIA RIZA**

**44316120048**

The media is one source of information for the community, the public knows political life through the media. The field of communication is very much needed in politics as a part of political activity itself. The Program Towards the Palace is a support program for the presidential election which is produced directly from TVone. The researcher wants to reveal the right marketing communication strategy and its obstacles to the support program in attracting advertisers. The purpose of this study was the first to find out the communication strategy that was carried out to market the program Towards the Palace in attracting advertisers and its obstacles. Based on the results of the study, it can be explained about the marketing communication program program Towards the Palace in obtaining sponsors and advertisers on TVOne, which is carried out by the Sales & Marketing Division. Efforts are made to prepare an offer to the client and consider aspects, namely pricing, event broadcasting schedule, resource persons who come, determination of client feedback, types of political talkshow program data, and marketed through marketing communication activities namely Personal Selling and Sales Promotion.

**Keywords: Marketing Communication, Television Communication  
Marketing Program, Program Events Supporting the 2019 Presidential  
Election Event**