



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jurusan Broadcasting**

Nama : Fitria
NIM : 44105010-218
Judul : Strategi Promosi On Air Program Berita Seputar Indonesia di RCTI periode Desember 2009
Bibliografi : 5 Bab+80 Halaman+29 Referensi+Lampiran+Biografi

ABSTRAKSI

Persaingan program berita di stasiun televisi yang ada di Indonesia memaksa para insan dunia pertelevisian untuk bersaing dalam menarik pemirsa atau mempertahankan pemirsanya. Tak terkecuali program berita televisi, orang-orang dibelakang program berita dituntut untuk berfikir secara cerdas dan kreatif tentang bagaimana mempertahankan jumlah pemirsa yang telah mereka miliki atau bahkan meningkatkan jumlah pemirsa dari yang telah ada sebelumnya. Strategi yang dilakukan tidak hanya terpaku kepada usaha mempertahankan atau memperbaiki kualitas program. Tetapi juga bagaimana promosi program berita televisi yang dilakukan di media sendiri dengan tujuan menjaga eksistensi program berita televisi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mencoba melakukan penelitian untuk memaparkan bagaimana strategi promosi *on air* ditinjau dari perencanaan, pengorganisasian, eksekusi atau pelaksanaan dan pengawasan atau *controlling* yang dilaksanakan oleh divisi promo melalui promosi *on air* program Seputar Indonesia. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Dalam penelitian ini dihubungkan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan narasumber yang berkompeten di bidangnya.

Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana suatu strategi promosi *on air* program seputar Indonesia berpengaruh terhadap eksistensi program seputar Indonesia yang dilakukan terhadap beberapa unsur strategi seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan atau eksekusi, dan pengawasan atau *controlling* yang diterapkan kemudian diteliti secara sistematis berdasarkan fungsi-fungsi umum yang ada dalam ilmu strategi.

Dari hasil penelitian penulis dapat dikatakan bahwa pihak RCTI dinilai tidak terlalu serius dalam melaksanakan strategi promosi *on air* program berita satu seputar Indonesia di RCTI periode Desember 2009, baik dari segi kinerja tim maupun pengawasan yang dinilai masih kurang proporsional. Walaupun kenyataannya rating yang diperoleh oleh seputar Indonesia masih berada diatas program sejenis di stasiun televisi berbeda.