



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Marcomm & Advertising*

Fajar Syahbana

44311120090

Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Marketing Kompas TV Dalam Mendapatkan Pengiklan Untuk Program Acara Serie A Italia Di Kompas TV

Jumlah halaman :

Bibliografi :

ABSTRAK

Sepak bola merupakan olah raga yang populer saat ini, dan begitu digemari oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Dengan gambaran tersebut begitu banyak hal yang bisa di eksplorasi dari sepak bola, tidak terkecuali di ruang-ruang kreatifitas dunia penyiaran.

Dengan meluncurkan program acara Serie A Italia, Kompas TV menegaskan karakternya sebagai stasiun televisi yang fokus pada berita, olah raga dan hiburan. Selain hal tersebut dengan program acara Serie A Italia, Kompas TV mengokohkan diri sebagai stasiun televisi yang memiliki program acara sepak bola terbanyak. Dengan kata lain Kompas TV menjadi stasiun televisi yang memahami kebutuhan dan keinginan pemirsanya, terlebih bagi mereka yang mencintai dunia sepak bola. Penelitian yang dilakukan ini adalah menjelaskan strategi komunikasi pemasaran dari divisi marketing Kompas TV dalam mendapatkan pengiklan untuk program acara Serie A Italia di Kompas TV. Metode Penelitian, menggunakan pendekatan kualitatif, dengan metode analisis data deskriptif. Seluruh data dikumpulkan melalui observasi partisipan dan, wawancara mendalam yang dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung di Kompas TV.

Hasil penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran dari divisi marketing Kompas TV dalam mendapatkan pengiklan untuk program acara Serie A Italia di Kompas TV, seperti penyusunan dan perencanaan strategi mendapatkan pengiklan, pelaksanaan mendapatkan pengiklan untuk program Serie A Italia, hingga tahap evaluasi dan kendala yang dihadapi pada saat mendapatkan pengiklan untuk program Serie A Italia di Kompas TV. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi pemasaran divisi marketing Kompas TV yang paling dominan dan efektif dalam mencari pengiklan.

Penelitian ini menyimpulkan Strategi yang digunakan oleh Kompas TV dalam rangka pemasaran program acara Serie A Italia, memiliki nilai lebih tersendiri yang mungkin tidak dimiliki oleh stasiun televisi lainnya. Hal tersebut tergambar jelas dari penawaran paket-paket iklan yang menarik, program aktivasi yang kreatif dan strategi bundling 3M yang menawarkan profit serta benefit berlebih kepada pengiklan.