

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Isya Murtafi Alia

Strategi Komunikasi Pemasaran *Java Videotron* Dalam Mempromosikan Layanan Iklan *Videotron* di Yogyakarta

Tahun Skripsi : 2017 + 75 Halaman

Pustaka : 12 Buku

Videotron merupakan media promosi periklanan luar ruang baru yang saat ini sedang berkembang di kota-kota besar terutama di Yogyakarta. *Videotron* menurut para praktisi adalah *unconvensional* media yang berupa tampilan bergerak melalui media digital yang menampilkan promosi dalam bentuk *audio visual*.

Dalam mempromosikan sebuah produk baru, strategi komunikasi pemasaran menjadi salah satu aspek yang penting. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi pemasaran *Java Videotron* dalam mempromosikan layanan iklan *videotron* di Yogyakarta. Selain merupakan sebuah media iklan luar ruang baru, banyak masyarakat yang belum mengetahui definisi dan fungsi *videotron*. Hal tersebut merupakan tantangan bagi *Java Videotron* dalam memasarkan *videotron* tersebut di Yogyakarta.

Peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah direktur utama *Java And Co*, kepala divisi *Java Advertising*, kepala divisi *Java Videotron* dan kepala divisi Keuangan *Java And Co*. Teknik pengumpulan data dilakukan pada penelitian ini dilakukan dengan cara teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa *Java Videotron* menggunakan ada 4 macam media komunikasi, yaitu : *Advertising*, *Sales Promotion*, *Direct Marketing*, dan *Personal Selling*. Dari 4 media komunikasi tersebut, media komunikasi secara *personal Selling* merupakan media yang paling efektif bagi pemasaran *Java Videotron* sejak berdiri hingga saat ini. Melalui *Personal Selling*, *Java Videotron* dapat membangun relasi yang baik dan melakukan *follow up* dengan proses yang lebih *intens* atau lebih mendalam.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Java Videotron*, *Personal Selling*.

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Departement of Communications Studies

Concentration Advertising

Isya Murtafi Alia

Marketing Communication Strategy Java Videotron in Promoting Videotron Ads Service in Yogyakarta

Year Thesis : 2017 + 75 Pages

Book : 12 Book

Videotron is an outdoor media advertising campaign which is currently being developed in major cities, especially in Yogyakarta. Videotron according to practitioners is an unconventional media in the form of moving display through digital media that displays promotion in the form of audio-visual.

In promoting a new product, marketing communication strategies become one of the important aspects. This study was conducted to describe about Java Videotron's marketing communications strategy in promoting Videotron advertising service in Yogyakarta. In addition of being a new outdoor advertising media, there are still a lot of people who do not know the definition and function of Videotron. Those problems were a challenge for Java Videotron itself in marketing these Videotron in Yogyakarta.

Researchers conducted the study by using descriptive qualitative approach. The subjects of this research are the main director of Java And Co, the division chief of Java Advertising, the division chief of Java Videotron and financial division chief of Java And Co. Data collected in this study was done by interview, observation and documentation.

Based on the results of research conducted, shows that Java Videotron using 4 kinds of communication media, which are: Advertising, Sales Promotion, Direct Marketing and Personal Selling. From 4 of the communication media that previously mentioned, communication media by Personal Selling is the most effective medium for Java Videotron marketing since its establishment until today. Through Personal Selling, Java Videotron can build a good relationship and follow up with a process that is more intense or more in-depth.

Keywords : Marketing Communication Strategy, Java Videotron, Personal Selling.