

**MANAJEMEN PROMOSI ADITV DALAM MENARIK MINAT PENGIKLAN**

**(Studi Kasus Kegiatan Promosi *Business to Business* Pada Tahun 2015  
di PT. Arah Dunia Televisi)**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



**DISUSUN OLEH**

**NIZMA ANGGARA SARI  
20120530023**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2017**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nizma Anggara Sari  
No. Mahasiswa : 20120530023  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas : Muhammadiyah Yogyakarta  
Judul Skripsi : Manajemen Promosi ADiTV Dalam Menarik  
Minat Pengiklan (Studi Kasus Kegiatan Promosi  
*Business to Business* Pada Tahun 2015 di PT. Arah  
Dunia Televisi)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya skripsi saya ini merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 19 Januari 2017

Nizma Anggara Sari



## **HALAMAN MOTTO**

Kunci hidup adalah sabar dan ikhlas, ketika kita melakukan atau mengerjakan sesuatu dengan didasari sabar dan ikhlas maka insyaallah akan berbuah manis.

-Nz-

Seburuk apapun situasi yang terjadi padamu Allah pasti memberikan rencana kepadamu, dan rencana Allah akan memberikan hal yang baik untukmu -

Nz-



## HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillah...Alhamdulillah..Alhamdulillahirobbil' alamin..

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penyayang, atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani cita-cita besarku.

Dalam setiap langkahku aku berusaha mewujudkan harapan-harapan yang kalian impikan diriku, meski belum semua itu ku raih, insyaallah atas dukungan doa dan restu semua mimpi itu akan terjawab di masa penuh kehangatan nanti. Untuk itu kupersembahkan ungkapan terimakasihku kepada:

- 🌸 Papa dan Mama yang tersayang dan aku cintai, terimakasih kalian adalah orang tua yang istimewa buat aku. Mengajari aku arti kehidupan yang penuh dengan perjuangan dan usaha yang besar untuk mencapai kesuksesan seperti perjuangan dan usaha ku dalam menyelesaikan skripsi ini. – I LOVE U PAPA and MAMA-
- 🌸 Kakakku Elisa Lingga Suri akhirnya aku bisa wisuda juga kan... doain adikmu ini biar tambah sukses kedepannya yaaa....
- 🌸 Adikku Aulia Yaxmin Ravasia yang selalu banyak cerita tentang pengalamannya ikut lomba ini itu, secara gak langsung udah memotivasi aku, “*adikku aja bisa kenapa kakaknya gak bisa*”. Thank you ya cungkron (nama panggilan kesayanganku ke adik)
- 🌸 Anak Agung Dhofir Ibnu Ahmed seseorang yang spesial buat aku, thank you so much atas semuanya yang telah kamu lakukan untuk aku. Kamu udah rela kasih waktu dan tenaga mu buat aku, semangatn aku, motivasi aku, dan diskusiin skripsi aku sampai kita saling adu

argumen dan akhirnya selesai juga skripsi ini. Kamu sangat berperan penting dalam skripsi ini. Sekali lagi thank you so much sayang.

🌸 Almamater Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta prodi Ilmu Komunikasi.

## DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan .....	i
Halaman Pernyataan .....	ii
Halaman Motto .....	iii
Halaman Persembahan .....	iv
Kata Pengantar .....	vi
Abstrak .....	viii
Abstrack .....	x
Daftar Isi .....	xii
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Tabel .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
1. Manfaat Teoritis .....	7
2. Manfaat Praktis .....	7
E. Kerangka Teori .....	7
1. Manajemen Promosi .....	8
a. Perencanaan .....	9
b. Pengorganisasian .....	13
c. Pelaksanaan .....	14
d. Pengendalian atau Pengawasan .....	15
2. Komunikasi Pemasaran Business to Business .....	20
F. Tinjauan Pustaka .....	35
G. Metode Penelitian .....	37
1. Jenis Penelitian .....	38
2. Objek Penelitian .....	38
3. Teknik Pengumpulan Data .....	38

	4. Informan .....	40
	5. Teknik Analisis Data .....	41
	6. Uji Validitas Data .....	41
<b>BAB II</b>	<b>OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A.	Profil ADiTV .....	43
	1. Sejarah Berdirinya ADiTV .....	43
	2. Lokasi Perusahaan .....	46
	3. Visi, Misi dan Tujuan .....	46
	4. Format Televisi .....	48
	5. Jangkauan Siaran ADiTV .....	49
	6. Logo dan Makna .....	50
	7. Konten Program ADiTV .....	51
	8. Program Siaran ADiTV .....	51
B.	Marketing ADiTV .....	57
	1. Struktur dan <i>Jobdesk</i> Marketing ADiTV .....	57
	2. Target Pasar Marketing ADiTV .....	59
	3. Kegiatan Pemasaran Marketing ADiTV .....	61
<b>BAB III</b>	<b>PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
A.	Penyajian Data .....	63
	1. Manajemen Promosi .....	63
	a. Perencanaan Marketing ADiTV Dalam Berpromosi .....	64
	1) Analisis SWOT .....	65
	a) Strength / Kekuatan .....	65
	b) Weaknes / Kelemahan .....	68
	c) Opportunitte / Peluang .....	70
	d) Threats / Ancaman .....	71

2) Rencana Kegiatan Promosi	
Marketing ADiTV .....	72
a) Barter .....	73
b) Sponsorship .....	77
c) Media Promosi .....	78
d) Penjualan Langsung .....	84
b. Pengorganisasian Marketing ADiTV	
Dalam Berpromosi .....	86
c. Pelaksanaan Marketing ADiTV	
Dalam Berpromosi .....	88
1) Barter .....	88
2) Sponshorship .....	97
3) Media Promosi .....	98
4) Penjualan Langsung .....	111
d. Pengendalian Kegiatan Promosi	
Marketing ADiTV .....	115
B. Pembahasan .....	122
1. Analisis Kegiatan Promosi Marketing ADiTV .....	122
2. Faktor Penghambat dalam Kegiatan Promosi ADiTV .....	128
3. Faktor Pendukung dalam Kegiatan Promosi ADiTV .....	130
 BAB IV PENUTUP .....	 132
A. Kesimpulan .....	132
B. Saran .....	134
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Nielsen tentang Jangkauan Kepemirsaaan Yogyakarta .....	1
Gambar 1.2	Data Kepemirsaaan TV Lokal di Daerah Yogyakarta .....	4
Gambar 1.3	Proses dari Fungsi Perencanaa dalam Manajemen .....	10
Gambar 1.4	Teknik-teknik Promosi Business to Business .....	25
Gambar 2.1	Jangkauan Siaran ADiTV .....	49
Gambar 2.2	Logo ADiTV .....	50
Gambar 2.3	Konten Program ADiTV .....	51
Gambar 2.4	Struktur Organisai Marketing ADiTV .....	57
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Divisi Marketing ADiTV .....	87
Gambar 3.2	Iklan Program Galeri Halal ADiTV yang telah dimuat Di PUAS Magazine .....	99
Gambar 3.3	Desain Ratecard Marketing ADiTV .....	101
Gambar 3.4	Salah satu Postingan pada Fanpage ADiTV .....	108
Gambar 3.5	Salah satu Postingan di Fanpage ADiTV dengan memanfaatkan Kalender Event .....	108
Gambar 3.6	Salah satu Postingan di Twitter ADiTV dengan memanfaatkan Kalender Event .....	110
Gambar 3.7	Salah satu Postingan pada Twitter ADiTV dengan mencantumkan TV Positif .....	110
Gambar 3.8	Media Order sebagai Bukti Transaksi .....	113
Gambar 3.9	Data Perhitungan Likers pada Fanpage ADiTV .....	120

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Rencana Kebutuhan Perusahaan selama Tahun 2015 .....	73
Tabel 3.2	Daftar calon klien barter untuk kebutuhan Perusahaan .....	75
Tabel 3.3	Daftar Paket untuk Klien Media Partner .....	77
Tabel 3.4	Isi Kontrak Penawaran kerjasama media antara ADiTV dengan Radio Kota Perak FM .....	79
Tabel 3.5	Isi Kontrak Penawaran kerjasama media antara ADiTV dengan Java Videotron .....	81
Tabel 3.6	Isi Kontrak Penawaran kerjasama media antara ADiTV dengan Puas Magazine .....	83
Tabel 3.7	Papan Proyeksi Marketing ADiTV .....	85
Tabel 3.8	Capaian Nilai dan Jenis Transaksi Divisi Marketing Komunikasi tahun 2015 .....	91
Tabel 3.9	Salah satu contoh Kalender Event tahun 2015 yang dimuat oleh Marketing Komunikasi .....	106
Tabel 3.10	Data Pemasukan Marketing ADiTV pada tahun 2015 .....	117