

BAB 1V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

PT. Arah Dunia Televisi (ADITV) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri media pertelevisian lokal. *Target audience* ADITV adalah dinas-dinas, sekolah-sekolah, agency-agency atau instansi swasta yang ada di Yogyakarta. Strategi yang dilakukan ADITV dalam mendapatkan klien adalah dengan menggunakan strategi personal selling yang didalamnya mencakup menjaga hubungan dengan klien dan membangun *link* baru.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada ADITV, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. ADITV merupakan perusahaan merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri media pertelevisian lokal. Target utama ADITV adalah dinas-dinas, sekolah-sekolah, agency-agency atau instansi swasta yang ada di Yogyakarta. Bentuk promosi yang digunakan ADITV adalah *personal selling*. *Personal selling* merupakan bentuk promosi langsung atau tatap muka, dengan langsung mendatangi klien prospek. *Personal selling* dipilih sebagai dengan melihat *target audience* dan karakter produk atau jasa serta analisis situasi, yang membutuhkan promosi secara interaktif dan mendalam sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik oleh perusahaan kepada klien.

2. Bentuk kegiatan *personal selling* yang dilakukan ADITV mengambil bentuk berupa kunjungan langsung atau tatap muka. Dalam pelaksanaannya ADITV mengadakan kunjungan-kunjungan ke berbagai instansi-instansi, agency-agency, dinas-dinas yang ada di Yogyakarta. Strategi *personal selling* mengharuskan perusahaan mengandalkan tenaga penjualannya dalam menyampaikan informasi, menjual, dan menjaga hubungan dengan klien. Perusahaan kurang peka pada perkembangan teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan kurang memanfaatkannya, sehingga strategi promosinya bergantung pada marketing khususnya *account axecutive*.
3. Proses kegiatan *personal selling* yang dilakukan ADITV meliputi persiapan pra-penjualan, penentuan calon klien, pendekatan, presentasi dan layanan pasca terjadinya penjualan (*goodwill*). Persiapan pra penjualan, berupa mengetahui informasi personal mengenai calon klien atau perusahaan, *account axecutive* atau tenaga penjualan perlu mengenal baik produk atau jasa yang akan dijual, pasar, kompetisi, teknik penjualan. Penentuan calon klien, langkah awal dari proses *personal selling* adalah menentukan calon klien yang potensial. Informasi mengenai calon klien tersebut bisa didapat dari lembaga pemerintahan, swasta ataupun pengembangan dari klien yang sudah ada. Pendekatan, pada saat *account axecutive* akan melakukan presentasi, *account axecutive* akan melakukan pendekatan terlebih dahulu. Pendekatan yang dilakukan dengan menginformasikan maksud kedatangan *account axecutive* dan

menginformasikan keunggulan-keunggulan. Presentasi, menjelaskan karakteristik penawaran seperti menjelaskan pelayanan dan keunggulan-keunggulan beriklan di ADITV serta jaminannya dari perusahaan. Yang terakhir adalah dengan membangun *goodwill* (niat baik), merupakan langkah terakhir dari keseluruhan proses penjualan berupa pelayanan yang diberikan ADITV terhadap klien setelah terjadinya penjualan yaitu perusahaan dapat membangun *goodwill* (niat baik)

4. Dalam kegiatan *personal selling* yang dilakukan, ADITV menemui beberapa kendala yaitu diteknis yang dimana tidak semua daerah menerima ADITV secara jernih, masih banyak yang beramsumsi beriklan di ADITV mahal dan yang terakhir adalah tenaga penjualan yang kurang menguasai penjualan dan teknik komunikasi pemasaran sehingga memperlambat jangkauan promosi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ADITV menggunakan *personal selling* sebagai strategi promosi untuk memperoleh klien, maka peneliti memiliki beberapa saran yang dapat dimanfaatkan ADITV terutama bagi marketing ADITV, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Karena strategi *personal selling* bergantung pada sumber daya manusianya dalam hal ini adalah tenaga penjualan atau *account axecutive*, maka di perlukan program khusus untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan khususnya bagi account acexutive yang tergolong baru. Dari hasil penelitian, diketahui hanya beberapa karyawan

marketing ADITV yang menguasai teknik berkomunikasi dengan baik dan benar dan dapat memprospek klien, karna itu diperlukan program khusus untuk meningkatkan kualitas *account axecutive*. Program tersebut seperti mengenai komunikasi ataupun seminar-seminar berkaitan dengan penjualan dan komunikasi pemasaran, sehingga kemampuan komunikasi dapat dikuasi dan dapat meyakinkan klien dalam proses menawarkan jasa. Selain itu diperlukan juga pelatihan atau training yang dilakukan secara rutin untuk meningkatkan kualitas *skill* (keterampilan) *account axecutive* ADITV.

2. ADITV bisa memanfaatkan lagi perkembangan teknologi komunikasi sebagai penunjang strategi *personal selling*, seperti memanfaatkan *media online*, *blog*, *facebook* atau *twiteer* untuk menjangkau target sasaran diluar jogja.
3. Selain program pelatihan dan pemanfaatan media, yang harus dilakukan ADITV adalah memperbaiki kembali cara mengevaluasi kinerja tenaga penjualannya, program-program di pisahkan dari program lainnya sehingga terfokus dan memudahkan perusahaan untuk menilai kinerja masing-masing tenaga penjualannya selain itu evaluasi juga dapat memberikan kontrol terhadap tenaga penjualan. Diharapkan dari evaluasi tersebut ADITV memperoleh gambaran mengenai kesalahan, masalah dan keuntungan dari tiap-tiap tenaga penjualannya.

PENAWARAN KERJASAMA PROGRAM

1. DIALOG KHUSUS

- a. Format : *Talkshow*
- b. Duration : 60 menit (5 segmen dan 4 *commercial break*)
- c. Location : Studio
- d. Format On Air : *Live* atau *Tapping*
- e. Slot On Air : Terlampir di Pola Siar
- f. Target audience : Semua Umur (SU)
- g. Biaya Produksi : Rp 5.500.000,- (Reguler Time)
Rp 7.500.000,- (Primetime)
Rp 1.000.000,-(Biaya Tambahan Musik Pengiring)

Dialog Khusus menampilkan perorangan atau organisasi untuk mempromosikan kegiatan/perusahaannya agar seluruh masyarakat mengetahui informasinya secara komperhensive. Dialog khusus dapat dilaksanakan secara *live* maupun *tapping* sesuai dengan kebutuhan. Agar tidak membosankan maka diantara segmen dapat diberikan musik pengiring.

2. LENSA 44

- a. Format : News (2-4 menit)
- b. Duration : 30 menit (3 segmen, 2 *commercial break*)
- c. Location : Outdoor
- d. Format On Air : Live & Taping
- e. Slot On Air : Terlampir di Pola Siar
- f. Target audience : Semua Umur (SU)

- g. Biaya Produksi : Rp 800.000,-/berita

Berisi berita aktual daerah Yogyakarta dan sekitarnya, Lensa 44 mengupas berita-berita penting dari berbagai sudut pandang dan aspek: ekonomi, budaya, hukum, keamanan, dan lain-lain. secara lebih jelas dan rinci untuk pemirsa.

3. MIRIP SULAP

- a. Format : Reality Show
- b. Duration : 30 menit \Rightarrow 3 segmen (2 *commercial break*)
- c. Location : Indoor/Outdoor
- d. Format On Air : Tapping(rekaman)
- e. Slot On Air : Terlampir di Pola Siar
- f. Target audience : Remaja dan Dewasa (R-D)
- g. SES : Upper dan Middle
- h. Biaya Produksi : Rp 3.000.000,-



Mirip Sulap adalah program sulap yang akan mengajak pemirsa berinteraksi bermain sulap, mendatangi tempat wisata atau bersejarah di Yogyakarta serta memberitahukan rahasia sulapnya diakhir acara. Tentunya dengan gaya yang khas dan modifikasi/penyesuaian cara bermain sulap dan memberikan rahasia sulapnya di akhir acara sehingga membuat pemirsa di rumah bisa mencobanya.

4. TAMU ISTIMEWA

- a. Format : Talk Show
- b. Duration : 60 menit \Rightarrow 5 segmen (4*commercial break*)
- c. Location : Indoor/Outdoor
- d. Format On Air : Live/Taping(rekaman)
- e. Slot On Air : Terlampir di Pola Siar
- f. Target audience : Remaja dan Dewasa (R-D)
- g. SES : Upper dan Middle
- h. Biaya produksi : Rp 6.000.000,-



Tamu istimewa menampilkan orang-orang berpengaruh dan ahli di bidangnya untuk membahas topik-topik hangat dan sedang ramai dibicarakan. Kriteria tamu yang kami hadirkan adalah populer,

inspirasi dan prestasi, tentunya menjadi tontonan yang tidak hanya hiburan tetapi memberikan inspirasi bagi para penonton. Acara ini berbentuk *talk show* yang dipandu dengan host.

5. JOGJA EVENT

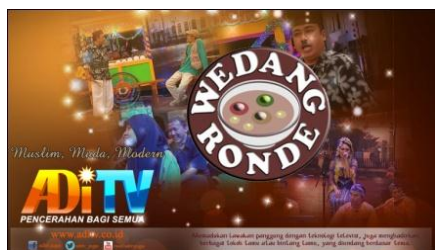
- a. Format : Feature Event
- b. Duration : 30 menit (3 segmen) atau 60 menit (4 segmen)
- c. Location : Roadshow
- d. Format On Air : Tapping
- e. Slot On Air : Terlampir di Pola Siar

- f. Target audience : Semua Umur – Bimbingan Orangtua (SU-BO)
- g. Biaya Produksi : Rp 6.000.000,-

Menampilkan event-event di Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya dengan format tayangan berupa liputan feature yang dikemas menarik dan informatif.

6. WEDANG RONDE

- a. Format : Variety Show
- b. Duration : 60 menit (5 segmen , 4 *commercial break*)
- c. Location : Studio atau outdoor
- d. Format On Air : Tapping
- e. Slot On Air : Terlampir pada pola siar
- f. Target audience : Semua Umur (SU)
- g. Biaya Produksi : Rp 10.000.000,-/ episode (Tapping Studio)
Rp 51.500.000,-/2 episode (Tapping outdoor)



Wedang Ronde merupakan lawakan satu babak (fragmen) kesenian tradisional yang mencerminkan nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*). Acara ini dipandu oleh grup

lawak “Wedang Rondhe” yang beranggotakan Wisben Antoro, Joned Duda Ceria, dan Gareng Rakasiwi). Wedang Ronde memadukan lawakan panggung dengan teknologi televisi. Wizband ini juga menghadirkan berbagai tokoh tamu atau bintang tamu, yang diundang berdasar tema cerita atau topik permasalahan yang hendak diangkat.

7. DOKTER MENYAPA

- a. Format : Talk Show.
- b. Duration : 60 menit ⇔ 5 segmen (4 *commercial break*)
- c. Location : Studio (vt insert + kombinasi)
- d. Format On Air : Live
- e. Slot On Air : Terlampir di Pola Siar
- f. Target audience : Semua Umur (SU)
- g. Biaya Produksi : 1. Shooting Studio Rp 2.500.000,-/episode
2. Shooting Roadshow Tapping Rp 4.000.000 / episode



Dokter Menyapa (DM) merupakan salah satu program unggulan di ADiTV. Program ini berupa *talk show* interaktif yang menghadirkan dokter-dokter spesialis dari Yogyakarta dan sekitarnya yang membahas seputar kesehatan serta informasi teknologi terbaru di dunia kedokteran. Masyarakat dapat berkonsultasi secara *live* melalui *line* telepon.

RINCIAN BIAYA PRODUKSI**1. Biaya Tetap**

a. Airtime 2 * 60 Menit Primetime	Rp 10.000.000,-
b. Produksi	<u>Rp 15.000.000,-</u>
Total	Rp 25.000.000,-

2. Biaya Tidak Tetap

a. Akomodasi Shoting luar DIY	Rp 4.000.000,-
b. Konsumsi Pemain dan Crew @Rp 50.000 * 50 orang	Rp 2.500.000,-
c. Genset	Rp 4.000.000,-
d. Panggung	Rp 3.000.000,-
e. Rigging	Rp 4.000.000,-
f. Lampu	Rp 3.000.000,-
g. Sound System dan alat musik	<u>Rp. 6.000.000,-</u>
Total	Rp 26.500.000,-

PENAWARAN KERJASAMA IKLAN

PRODUK	DISPLAY	KETERANGAN	HARGA PAKET
Televisi Comercial (TVC)		<p>Iklan berdurasi 10-30 detik biasa ditempatkan di hampir semua program televisi kecuali, program blockingtime.</p> <p>Jumlah Tayang Paket: 50 kali</p> <p>Harga @ TVC Bisnis Rp 150.000</p> <p>Harga @ TVC Pemerintah Rp 500.000</p>	<p>Rp 5.000.000</p> <p>Rp 15.500.000</p>
Runningtext		<p>Tulisan berjalan di bagian bawah layar untuk menyampaikan informasi/pomosi dari klien.</p> <p>Jumlah Tayang Paket: 50 Kali</p> <p>Harga Satuan Rp 50.000</p>	Rp 1.500.000

Syarat dan ketentuan :

1. Materi siap tayang.
2. Harga belum termasuk Pajak(PPn 10% dan PPh 2%

PENAWARAN PAKET TALKSHOW

PAKET	BENEFIT	Jumlah Tayang
PAKET SILVER Rp 50.000.000,-	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Talkshow 60' pada Regular Time ➤ Liputan Lensa 44 durasi 2'-4' ➤ Runningtext max 320 Karakter 	10 Kali 5 Kali 30 Kali
PAKET GOLD Rp 77.000.000,-	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Talkshow 60 Menit pada Prime Time ➤ Liputan Lensa 44 durasi 2-4 Menit ➤ Runningtext max 320 Karakter ➤ Pembuatan Greeting Hari Besar satu kali 	10 Kali 5 Kali 30 Kali 10 Kali
PAKET PLATINUM Rp 98.000.000,-	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Talkshow 60 Menit pada Prime Time ➤ Liputan Lensa 44 durasi 2-4 Menit ➤ Runningtext max 320 Karakter ➤ Pembuatan Greeting Hari Besar satu kali ➤ Pembuatan Profil durasi 5-10 Menit 	10 Kali 5 Kali 30 Kali 10 Kali 1Kali

Tabel III.1 : Daftar Harga Paket Penawaran Iklan ADiTV

Syarat dan ketentuan :

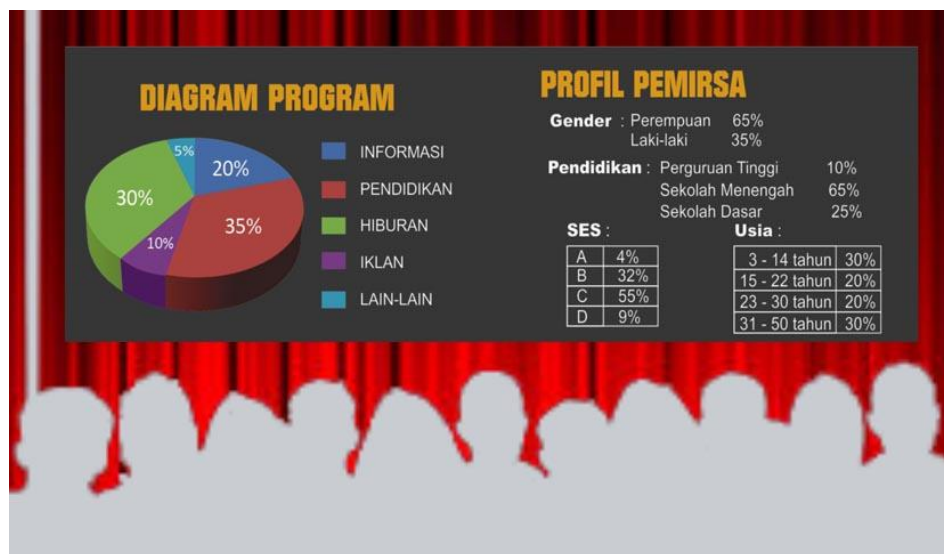
1. Harga belum termasuk pajak-pajak.
2. Shooting Talkshow di Studio ADiTV
3. Harga akan berubah jika ada perubahan konsep.

RATE CARD

<p>ADVERTORIAL</p> <p>Durasi 5 - 60 Menit - Rp 100 ribu/menit (Non Primetime) - Materi siap tayang - Jam tayang tidak mengikat</p> <p>FILLER Tips Tiga Menit Durasi 3 Menit/Tips - Rp 500 ribu - Materi siap tayang Harga khusus Rp 250 ribu*</p> <p>RUNNING TEXT</p> <p>320 Karakter - Rp 50 ribu Harga khusus Rp 16 ribu*</p> <p>VIDEO KLIP</p> <p>Durasi 3-5 Menit - Rp 500 ribu Harga khusus untuk lagu muslim dan lagu anak Rp 150 ribu*</p>	<p>TALK SHOW/DIALOG</p> <p>Durasi 60 Menit * Dialog Khusus * Klinik Herbal * Solusi Sehat</p> <p>Non primetime Rp 4 juta Primetime Rp 6 juta Full Blocking Time: Non primetime Rp 6 juta Primetime Rp 10 juta</p> <p>Liputan Khusus LENSEA 44 Durasi 2 - 4 menit Rp 600 ribu</p> <p>Runterus Tulisan berjalan di bagian bawah layar untuk menyampaikan informasi/promosi dari klien</p> <p>Product In/Out Iklan berdurasi 5 detik di awal dan akhir commercial break</p> <p>AdLib Penyebutan nama produk/ucapan terima kasih kepada pendukung acara oleh host</p> <p>Identifikasi Iklan di dalam segment program dengan show produk di logo atau produk</p> <p>Autentikasi Promosi profil/ produk/ event klien secara utuh yang dikemas menarik di channel setiap minggu/akhir komersial</p> <p>TVC Iklan berdurasi 30 atau 15 detik, bisa ditempatkan di hampir semua program TV sesuai program kreatif.</p> <p>OWB/CBB Iklan iklan dalam bentuk TVC/spot yang di tempatkan saat opening dan closing program</p> <p>Special Content Logo/branding khusus di detik di setelah kanvas bawah setiap hari layar, difasilitasi saat siaran siaran spesial</p> <p>Credit Title Penempatan logo dan informasi klien di akhir acara</p> <p>Telap penempatan logo atau informasi klien di sudut kanan/kiri bawah layar</p>	<p>TEMPLATE</p> <p>BUMPER IN/OUT Rp 200 ribu</p> <p>OBBI/ CBB Rp 200 ribu</p> <p>Talibar Super Impresi/ Special Logo Rp 200 ribu</p> <p>Adlib/ Built In/ Credit Title Rp 150 ribu</p> <p>Backdrop/ X-Banner Rp 500 ribu</p> <p>HOME SHOPPING/ FILLER 30 menit Rp 800 ribu</p> <p>- Maksimal 3x per Hari - Kontrak Minimal 3 Bulan - Belum Termasuk Pajak - Tanpa Marketing Fee - Lunas per Bulan Sebelum Tayang - Materi Gambar Lolos Sensor - Ada Ijin Usaha/ BPOM</p> <p>TVC (Spot Iklan)</p> <p>20 - 30 Detik</p> <p>Non primetime Rp 300 ribu Primetime Rp 500 ribu</p> <p>Harga khusus Rp 50 ribu*</p>
---	--	---

*Paket dan ketentuan berlaku
** Harga khusus termasuk pajak PPN 21% dan PPh 21% ditanggung klien
*** Harga dapat berubah sewaktu-waktu

Gambar III.1 : Rate Card ADITV Yogyakarta



Gambar III.2 : Diagram Program dan Profil Pemirsa ADITV