

ABSTRAK

Lucy Angela Nur Febriana, 2013. "*Strategi Komunikasi Pemasaran Program Iklan TVC SPOT JTV Biro Madura (Studi Deskriptif Promosi Program Iklan Comersial JTV Biro Madura)*" Skripsi, Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Negeri Trunojoyo. Pembimbing: (1) Farida Nurul Rahmawati, S.S.M.Si(2) Dewi Quraisyin, S.Pd.I, M.Si.

Komunikasi pemasaran dalam suatu bisnis merupakan aspek penting untuk digunakan mempromosikan suatu produk kepada khalayak. komunikasi pemasaran secara umum merupakan kegiatan penyampaian pesan secara langsung yang dilakukan oleh komunikator dan komunikan. Penelitian ini bermaksud untuk mengungkap fakta-fakta tentang strategi apa yang dilakukan oleh JTV Biro Madura. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran program iklan TVC SPOT yang dilakukan oleh JTV Biro Madura untuk menarik para konsumen.

Penelitian ini menggunakan teori IMC (Integrated Marketing Communication) yang memiliki hubungan dengan strategi dan pemasaran suatu produk. JTV biro Madura memiliki berbagai macam produk iklan, misalnya ADV (Advetorial, Running Teks, Greeting, dll) dan macam-macam iklan tersebut bernama TVC SPOT. Strategi Komunikasi yang digunakan oleh JTV Biro Madura membuat segmentasi dan target iklan setiap tahun meningkat, sehingga JTV Biro Madura mampu merebut banyak konsumen. Penelitian ini, merupakan penelitian kualitatif. Dengan pengambilan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan kajian kepustakaan. Data-data yang terkumpul kemudian direduksi agar menjadi data yang beraturan sehingga dapat dianalisis secara maksimal.

Dalam memakai Startegi Komunikasi pemasaran, JTV Biro Madura melakukan beberapa pendekatan seperti personal selling dan promosi penjualan yang dilakukan secara langsung kepada client sehingga menghasilkan hasil yang efektif.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Pemasaran, Program Iklan, JTV Biro Madura

ABSTRACT

Lucy Angela Nur Febriana, 2013. "Strategic Marketing Communications Program Advertising Bureau JTV SPOT TVC Madura (Descriptive Study Promotion Program JTV Comercial Advertising Bureau Madura)" Thesis, Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Cultural Studies, State University Trunojoyo. Supervisor: (1) Nurul Farida Rahmawati, SSMSi (2) Goddess Quraisyin, S.Pd.I, M.Sc.

Marketing communications in a business is an important aspect to be used to promote a product to the audience. marketing communications in general is a messaging activity directly undertaken by the communicator and the communicant. This study intends to uncover the facts about what the strategy undertaken by the Bureau JTV Madura. The purpose of this study was to determine the marketing communication strategy SPOT TVC advertising programs conducted by the Bureau JTV Madura to attract consumers.

This study uses the theory of IMC (Integrated Marketing Communication) having a relationship with a product and marketing strategy. JTV bureau Madura has a wide range of advertising products, such as ADV (Advetorial, Running Text, Greeting, etc.) and various ad TVC called SPOT. Communication strategies used by the Bureau of Madura JTV make segmentation and targeted advertising meningkat every year, so the Bureau JTV Madura able to seize many consumers. This study, a qualitative research. By collecting data through observation, in-depth interviews, and a review of the literature. The data collected is then reduced in order to be uniform so that the data can be analyzed to the fullest.

Marketing Communication Strategy in use, JTV Bureau Madura do some approaches such as personal selling and sales promotion are made directly to the client so as to produce effective results.