

RINGKASAN

KUS IRFANDIANTO NIM F1C013080, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jenderal Soedirman. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SATELIT TV DALAM MENDAPATKAN PENGIKLAN KOMERSIAL DI KABUPATEN BANYUMAS.

Perkembangan media komunikasi dewasa ini sudah sangat pesat sejalan dengan perkembangan teknologi. Televisi merupakan salah satu media yang komunikasi yang perkembangannya cukup pesat terutama televisi swasta. Satelit TV merupakan salah satu stasiun TV Swasta yang ada di Purwokero. Kelangsungan hidup Televisi tidak terlepas dari Iklan. Untuk mendapatkan pengiklan, diperlukan strategi komunikasi pemasaran dalam mendapatkan pengiklan. Strategi yang dapat dilakukan dalam menarik pengiklan yaitu dengan strategi AIDA (Attention, Interest, Desire dan Action) dari Elias St Elmo Lewis (1898). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dan mengetahui kendala yang dihadapi Satelit TV dalam mendapatkan pengiklan. Metode penelitian yang dilakukan yaitu Deskriptif Kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Satelit TV telah menggunakan konsep AIDA dalam mendapatkan pengiklan. Mulai dari *Attention* untuk mendapatkan perhatian calon pengiklan yaitu melalui paket-paket harga, program siar dan media social; *Interest* untuk menarik minat yaitu dengan membuat program unggulan, menyediakan acara khusus “Seduluran”, dan acara Kesehatan; *Desire* untuk mendapatkan hasrat atau keinginan pengiklan yaitu dengan membuat konten video yang menarik dan *action* yaitu dengan memberikan paket harga khusus, pelayanan tambahan, melakukan kunjungan langsung, melakukan Kerjasama dan menggunakan media sosial.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, AIDA, Pengiklan, Satelit TV

SUMMARY

KUS IRFANDIANTO NIM F1C013080, Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Jenderal Soedirman University. SATELIT TV MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN GETTING COMMERCIAL ADVERTISING IN BANYUMAS DISTRICT.

The development of communication media today is very rapid in line with technological developments. Television is one of the communication media which is developing quite rapidly, especially private television. Satellite TV is a private TV station in Purwokero. The survival of television is inseparable from advertising. To get advertisers, a marketing communication strategy is needed to get advertisements. The strategy that can be done in attracting advertisers is the AIDA (Attention, Interest, Desire, and Action) strategy from Elias St Elmo Lewis (1898). The purpose of this study is to determine the marketing communication strategy and to find out the obstacles faced by Satellite TV in getting advertisers. The research method used is descriptive qualitative.

The results showed that satellite TV has used the AIDA concept in getting advertisers. Starting from Attention to getting the attention of potential advertisers, namely through price packages, broadcast programs, and social media; Interest to attract interest is by creating superior programs, providing special "Seduluran" events, and health events; Desire to get advertisers' desire or desire, namely by creating interesting and action video content, namely by providing special price packages, additional services, making direct visits, conducting cooperation and using social media.

Keywords: Marketing Strategy, AIDA, Advertisers, Satelit TV

