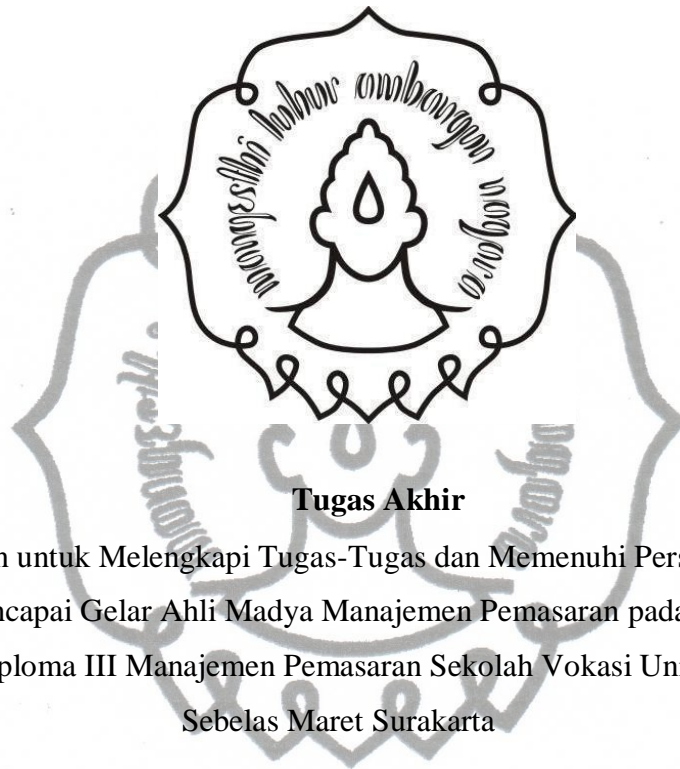


**TAKTIK PROMOSI TELEVISI TERANG  
ABADI UNTUK MENDAPATKAN  
ADVERTISER MELALUI PROGRAM ACARA  
NYAMPURSARI NEH**



**Tugas Akhir**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan  
Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program  
Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Sekolah Vokasi Universitas  
Sebelas Maret Surakarta

**Disusun Oleh :**

**AKRED SOFYAN PUTRA PRAMUDYA**

**F3217004**

**PROGRAM STUDI  
DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN SEKOLAH VOKASI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA  
2020**

**ABSTRAK**  
**TAKTIK PROMOSI TELEVISI TERANG ABADI UNTUK**  
**MENDAPATKAN *ADVERTISER* MELALUI PROGRAM ACARA**  
**NYAMPURSARI NEH**

**Akred Sofvan Putra Pramudya**

**F3217004**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan taktik promosi, serta mengevaluasi tingkat keberhasilan taktik promosi yang dilakukan oleh Televisi Terang Abadi melalui program acara Nyampursari Neh. Penelitian dilatarbelakangi keingintahuan untuk mengetahui alasan program acara Nyampursari Neh yang masih mendapatkan iklan ditengah persaingan dunia pertelevisian yang semakin ketat.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara. Sumber data primer diperoleh dari wawancara dengan *Marketing Manager* Televisi Terang Abadi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literasi pustaka dan internet.

Berdasar penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Televisi Terang Abadi telah melakukan taktik promosi untuk program acara Nyampursari Neh dengan cara menyebarkan proposal *sponsorship* dan melakukan *bundling pricing*. Televisi Terang Abadi juga melakukan evaluasi terhadap acara program Nyampursari Neh untuk melihat apakah target penonton mereka sudah sesuai yang diharapkan Televisi Terang Abadi dan pengiklan (klien).

Solusi dan saran yang dapat penulis berikan kepada Televisi Terang Abadi adalah untuk menggunakan hasil evaluasi-evaluasi untuk menyempurnakan program acara Nyampursari Neh.

**Kata kunci : Taktik promosi, pengiklan, evaluasi**

**ABSTRACT****THE TELEVISION LIGHT PROMOTION TACTIC TO GET ADVERTISER  
THROUGH THE NYAMPURSARI NEH EVENT PROGRAM****Akred Sofyan Putra Pramudya****F3217004**

This study aims to determine the application of promotional tactics, and evaluate the success rate of promotional tactics carried out by Terang Abadi Television through the Nyampursari Neh program. The research was motivated by curiosity to find out the reason for the Nyampursari Neh program which still gets advertisements amidst increasingly fierce competition in the television world.

The research method used was a descriptive qualitative research method using interview data collection techniques. Primary data sources were obtained from interviews with Marketing Manager Terang Abadi Television. Whereas secondary data was obtained from literature and internet literacy.

Based on the research that has been done, it can be concluded that Terang Abadi Television has carried out promotional tactics for the Nyampursari Neh program by spreading sponsorship proposals and conducting bundling pricing. Television Terang Abadi also conducted an evaluation of the Nyampursari Neh program to see whether their target audience was in line with what Terang Abadi Television and advertisers (clients) had hoped.

The solution and suggestion that the writer can give to Terang Abadi Television is to use the results of evaluations to perfect the Nyampursari Neh program.

**Keywords: Promotional tactics, advertisers, evaluation.**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN**

Tugas akhir dengan judul:

**TAKTIK PROMOSI TELEVISI TERANG ABADI UNTUK  
MENDAPATKAN *ADVERTISER* MELALUI PROGRAM ACARA  
NYAMPURSARI NEH**

Surakarta, 7 Juli 2020

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

  
08 Agustus 2020

**Drs. Bambang Sarosa M.Si**

**NIP. 195503011985031002**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir dengan judul:

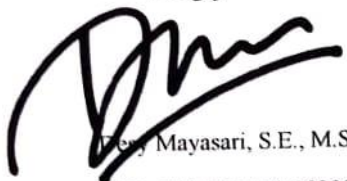
**TAKTIK PROMOSI TELEVISI TERANG ABADI UNTUK  
MENDAPATKAN *ADVERTISER* MELALUI PROGRAM ACARA  
NYAMPURSARI NEH**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret


Surakarta,

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji

  
Desy Mayasari, S.E., M.Sc  
NIP. 1987121120130201

Pembimbing

a.n   
Bambang Sarosa M.Si  
NIP. 195503011985031002

Mengetahui,

Direktur

  
Desy Hananto, M.Acc., Ak.  
NIP. 198909241994021001

Kepala Program Studi D3

Manajemen Pemasaran

  
Desy Hananto, S.E., M.Sc  
NIP. 1987121120130201

**PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Yang Bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Sekolah Vokasi  
Universitas Sebelas Maret Surakarta:

Nama : Akred Sofyan Putra Pramudya  
NIM. : F3217004  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul Tugas Akhir (TA) : TAKTIK PROMOSI TELEVISI  
TERANG ABADI UNTUK  
MENDAPATKAN ADVERTISER  
MELALUI PROGRAM ACARA  
NYAMPURSARI NEH

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar. Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar diplamanya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 2020

Mahasiswa



Akred Sofyan Putra Pramudya

NIM. F3217004

## **MOTTO**

### **“TEPASALIRA”**

Menjaga perasaan orang lain

### **“AJINING DIRI SAKA LATHI”**

Harga diri ditentukan dari tutur katanya

### **“AJINING RAGA SAKA BUSANA”**

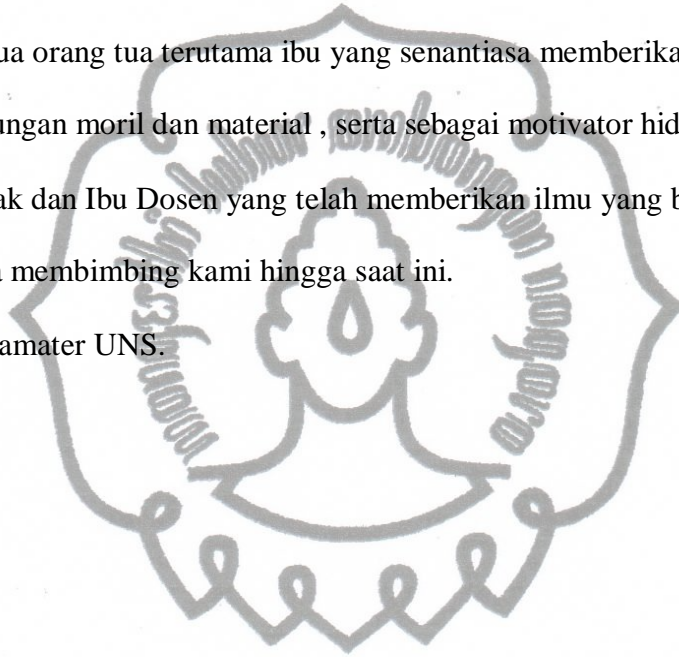
Nilai penampilan ditentukan dari cara berpakaian



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang,  
penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini kepada:

1. Allah SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya.
2. Kedua orang tua terutama ibu yang senantiasa memberikan dukungan moril dan material , serta sebagai motivator hidup penulis.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta membimbing kami hingga saat ini.
4. Almamater UNS.





## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, serta memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga Tugas Akhir dengan judul **“TAKTIK PROMOSI TELEVISI TERANG ABADI UNTUK MENDAPATKAN ADVERTISER MELALUI PROGRAM ACARA NYAMPURSARI NEH”** dapat terselesaikan dengan baik. Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi syarat mencapai gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi Diploma 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Selama penyusunan tugas akhir ini banyak pihak yang telah ikut memberi bantuan dan motivasi kepada penulis. Maka dari itu, penulis memberikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Santosa Trihananto, M.Acc., Ak. selaku Direktur Vokasi.
2. Prof. Drs. Djoko Suhardjanto, M.com (Hons)., Ph.D., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Desy Mayasari, S.E.,M.Sc., selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Drs. Bambang Sarosa M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran dan bantuan untuk memperbaiki Tugas Akhir.
5. Dr. Hidajat Hendarsjah S.Si., MM selaku dosen D3 Manajemen Pemasaran yang telah mengampu mata kuliah Praktik Penulisan

Ilmiah, karena ilmu yang diberikan dapat mempermudah penyusunan Tugas Akhir.

6. Ardina Merry selaku kepala pemasaran PT Terang Abadi Televisi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, bimbingan, dan kesempatan untuk melakukan kegiatan magang kerja.
7. Febrianda, Sih, dan Yusron serta teman-teman D3 Manajemen Pemasaran A 2017 lainnya yang telah menemani dan memberikan pertolongan selama kuliah.
8. Semua pihak yang telah membantu penyusunan Tugas Akhir ini.

Dalam penyusunan tugas akhir yang jauh dari kata sempurna ini, penulis menyadari betul bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan. Untuk itu, penulis mengharap kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan yang bersifat membangun. Dengan ini, penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca.

Surakarta, Mei 2020

Penulis

Akred Sofyan Putra Pramudya

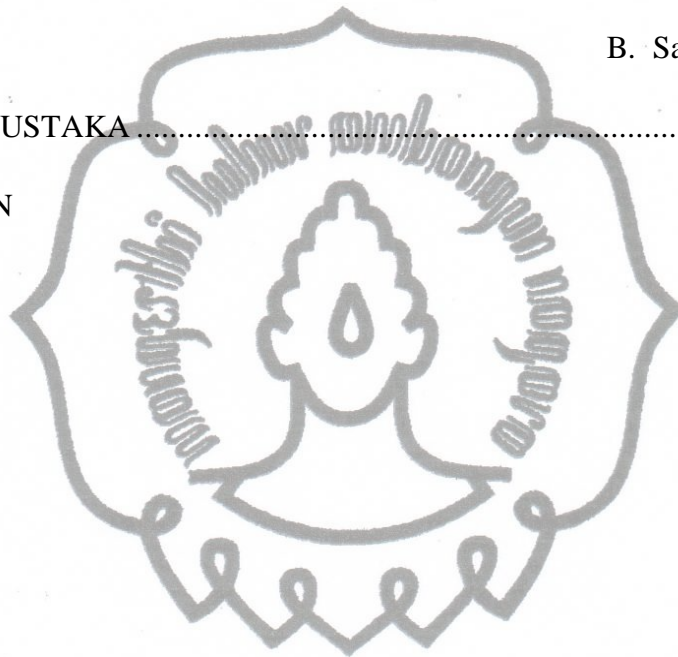
## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
HALAMAN SURAT PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Metode Penelitian.....	7
<b>BAB II</b> <b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Promosi .....	8

1.	Pengertian Promosi .....	8
2.	Tujuan Promosi .....	8
3.	Fungsi Promosi .....	9
4.	Bentuk Promosi .....	11
B.	Iklan .....	21
1.	Pengertian Iklan .....	21
2.	Tujuan Iklan .....	22
3.	Fungsi Iklan .....	24
4.	Jenis Iklan .....	25
5.	Media Iklan .....	27
C.	<i>Word of Mouth</i> (mulut ke Mulut) .....	28
1.	Pengertian <i>Word Of Mouth</i> .....	28
2.	Manfaat <i>Word Of Mouth</i> .....	30
3.	Elemen <i>Word Of Mouth</i> .....	32
D.	Kerangka Berpikir .....	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A.	Desain Penelitian .....	37
B.	Objek Penelitian .....	37
C.	Batasan Penelitian .....	37
D.	Sumber Data .....	38
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	38
F.	Metode Analisis Data .....	39

BAB IV	PEMBAHASAN .....	40
A.	Gambaran Umum Perusahaan .....	40
1.	Sejarah Perusahaan TATV .....	40
2.	Terang Abadi Media Group .....	41
3.	Visi dan Misi .....	42
4.	Media Televisi (PT Televisi Terang Abadi) .....	42
5.	Media Radio (TA Radio) .....	44
6.	Media <i>Event Organizer</i> (TA <i>Enterprise</i> ) .....	45
7.	Media Portal (Solotrust.com) .....	47
A.	Laporan Magang Kerja .....	47
1.	Deskripsi Magang Kerja .....	47
2.	Tujuan Magang Kerja .....	48
3.	Manfaat Magang Kerja .....	49
4.	Lokasi dan Pelaksanaan Magang Kerja .....	50
5.	Jam Kerja .....	50
6.	Kegiatan Magang Kerja .....	50
7.	Uraian Magang Kerja .....	59
B.	Analisis .....	72
1.	Taktik Promosi dengan Menawarkan Langsung ....	73
2.	Penetapan Harga .....	74
3.	Segmentasi pada Nyampursari Neh .....	75

4.	Sumber Daya	76
5.	Tujuan dan Sasaran	77
BAB IV PENUTUP .....		79
	A. Kesimpulan	79
	B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA .....		80
LAMPIRAN		



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar program acara Nyampursari Neh .....	43
Tabel 2 Daftar <i>client</i> TA <i>Enterprise</i> .....	46
Tabel 3 Kegiatan harian magang .....	50



