

**KOMUNIKASI PEMASARAN KOMPAS TV PALEMBANG
DALAM MENARIK MINAT PENGIKLAN**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat

Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi

Konsentrasi: Penyiaran



Disusun Oleh:

Widi Nevia Riska

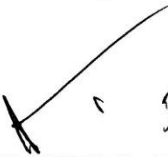

07031381320079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
TAHUN 2018**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR SKRIPSI
KOMUNIKASI PEMASAN KOMPAS TV PALEMBANG DALAM MENARIK
MINAT PENGIKLAN

Oleh :

WIDI NEVIA RISKA
07031381320079

Komisi Pembimbing	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Pembimbing I	Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si NIP. 197905012002121005		31/9/18
Pembimbing II	R.A. Wulantari, S.I.Kom., M.Si NIP. 198703172015042002		



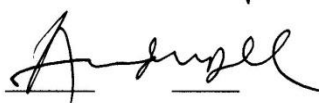

Telah Dinyatakan memenuhi syarat
Pada Tanggal 31 Juli 2018
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sriwijaya


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI
KOMUNIKASI PEMASARAN KOMPAS TV PALEMBANG DALAM
MENARIK MINAT PENGIKLAN
SKRIPSI

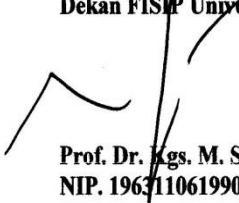
Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal, Juli 2018
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	Dr. Andries Lionardp, S.IP., M.Si NIP. 197905012002121005		31/7/18
Sekretaris	R.A. Wulantari, S.I.Kom., M.Si NIP. 198703172015042002		
Anggota	Dr. Andy Alfatih, MPA NIP. 196012241990011001		
Anggota	Febrimarani Malinda, MA NIP. 198602112016012201		26/ Juli 2018

Mengetahui,

Dekan FISIP Universitas Sriwijaya


Prof. Dr. Kgs. M. Sobri, M.Si
NIP. 196311061990031001

**Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi**


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M. Si
NIP. 197905012002121005

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

1. Skripsi yang berjudul: “**Komunikasi Pemasaran Kompas TV Palembang Dalam Menarik Minat Pengiklan**” ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik Skripsi beserta gelar Sarjana saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim promotor / pembimbing sebagai *author* dan program studi ilmu komunikasi Universitas Sriwijaya sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Palembang, Juli 2018



Widi Nevia Riska
07031381320079

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

- Man Jadda Wajada.
- Kerja keras dan pantang menyerah sampai mencapai tujuan.
- (QS. Al - Insyirah: 5-6) Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Kupersembahkan kepada :

- Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah- Nya.
- Kedua orang tua, kedua adikku edo dan gilang yang selalu memberikan doa serta dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya pula penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Komunikasi Pemasaran Kompas TV Palembang Dalam Menarik Minat Pengiklan”**

Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian yang dilaksanakan di Kompas TV Palembang. Skripsi ini juga dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam melaksanakan Skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran selama penelitian dan juga dalam penulisan laporan skripsi ini.
2. Keluarga saya yang sudah memberikan doa dan dukungannya selama mengikuti kegiatan skripsi ini, terutama untuk kedua orang tua dan kedua adik saya.
3. Bapak Prof. Dr. K. M. Sobri, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si. Selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Drs. Andries Lionardo, S.IP., M.Si Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan pembimbing saya.

6. Ibu R.A Wulantari, S.I.Kom., M.Si selaku pembimbing saya dalam penyusunan Skripsi.
7. Bapak Daeng Tanto selaku kepala biro KompasTV Palembang.
8. Bapak Purwantoro selaku Executive Produser KompasTV Palembang.
9. Ibu Lilik Karmila selaku sales/marketing KompasTV Palembang.
10. Bapak Ilhamsyah Oktodie selaku tim sales/marketing KompasTV Palembang.
11. Seluruh tim dan kru KompasTV Palembang.
12. Teman-teman seangkatan Ilmu Komunikasi 2013 Universitas Sriwijaya.
13. Dan Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih memiliki kelemahan, kekurangan maupun suatu kesalahan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan agar penulis dapat memperbaiki kesalahan Skripsi ini untuk kedepannya.

Atas segala perhatian dan kerjasamanya penulis ucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pennis dan bagi Kompas TV Palembang dalam menambah wawasan dan pengetahuan.

Palembang, Juli 2018



Widi Nevia Riska

ABSTRAK


Komunikasi pemasaran adalah upaya untuk menarik minat pengiklan Kompas TV Palembang. Penelitian ini menarik untuk diteliti dengan menggunakan metode kualitatif. Pengumpulan datanya melalui wawancara mendalam dengan empat informan yang berhubungan dengan kegiatan marketing Kompas TV Palembang, observasi partisipan dilakukan melalui proses magang selama dua bulan, dan dokumentasi diambil selama kegiatan magang berlangsung. Penelitian ini menggunakan teori IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang mempunyai enam tahapan komunikasi pemasaran yaitu 1) Periklanan adalah semua bentuk penyajian nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa yang dibayar oleh suatu sponsor tertentu. (2) Promosi Penjualan adalah berbagai insentif jangka pendek yang dilakukan untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. (3) Hubungan Masyarakat dan Publisitas adalah berbagai program yang dibuat untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. (4) Penjualan Personal adalah interaksi langsung yang dilakukan tenaga penjual dengan satu calon pembeli atau lebih untuk melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan. (5) Pemasaran Langsung adalah penggunaan surat, telepon, faksimili, e-mail, dan alat penghubung nonpersonal lain oleh untuk berkomunikasi secara langsung dengan mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan. (6) Acara dan Pengalaman adalah merupakan pengembangan publisitas yang mengacu pada pengadaan kegiatan organisasional yang sifatnya mendukung. Namun dalam penelitian ini ditemukan Kompas TV Palembang hanya menggunakan empat tahapan dalam kegiatan komunikasi pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, acara dan pengalaman.

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran, IMC (*Integrated Marketing Communication*), Kompas TV Palembang.

Pembimbing I

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Pembimbing II


R. Ayu Wulantari, S.Ikom., M.Si
NIP. 198703172015042002

Palembang, Juli 2018
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya


Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

ABSTRACT

Marketing communication is an effort to attract advertisers Kompas TV Palembang. This research is interesting to study using qualitative methods. The data collection was through in-depth interviews with four informants related to Kompas TV Palembang marketing activities, participant observation was carried out through an internship process for two months, and documentation was taken during the internship activities. This research uses IMC (integrated Marketing Communication) theory which has six stages of marketing communication that is. (1) Advertising is all forms of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods or services paid by a particular sponsor. (2) Sales Promotion are short-term incentives that are made to encourage the desire to try or buy a product or service. (3) Public Relations and Publicity are programs designed to promote or protect the image of the company or its individual products. (4) Personal Selling is a direct interaction of salespeople with one or more potential buyers to present, answer questions, and receive orders. (5) Direct Marketing is the use of letters, telephone, facsimile, e-mail, and other nonpersonal interfaces by communicating directly by obtaining direct responses from certain customers and prospects. (6) Events and Experiences are the development of referring publicity on the provision of supportive organizational activities. But in this research found Kompas TV Palembang only use for stages in marketing communication activity that is advertisement, sales promotion, personal selling, event and experience.

Keywords: *Marketing communication, IMC (Integrated Marketing Communication), Kompas TV Palembang.*

Advisor I

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

Advisor II

R. Ayu Wulantari, S.Ikom., M.Si
NIP. 198703172015042002

Palembang, Juli 2018
Chairman of The Departement of Communication
Faculty of Social and Political Sciences
Sriwijaya University

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 197905012002121005

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PUBLIKASI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	9
1. Pemasaran.....	9
2. Komunikasi pemasaran.....	9
2.2 Teori yang digunakan.....	12
2.3 Kerangka teori	13
2.4 Kerangka pemikiran.....	14
2.5 Alur pemikiran.....	16
2.6 Hipotesis.....	16
2.7 Penelitian terdahulu.....	17
BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Definisi Konsep.....	18
3.3 Fokus Penelitian.....	20
3.4 Unit Analisis Data.....	22

3.5 Key informant.....	22
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	25
3.9 Teknik Analisi Data.....	26
BAB IV. GAMBARAN UMUM	
4.1 Kota Palembang.....	27
4.2 Profil perusahaan.....	28
4.3 Latar belakang perusahaan.....	28
4.4 Kompas TV Palembang.....	29
4.5 Logo Kompas TV Palembang.....	30
4.6 Visi dan Misi Kompas TV Palembang.....	31
4.7 Struktur organisasi Kompas TV Palembang.....	32
4.8 Tugas dan tanggung jawab karyawan.....	33
4.9 Program Kompas TV Palembang.....	35
BAB V. PEMBAHASAN	
5.1 Periklanan.....	37
5.2 Promosi penjualan.....	60
5.3 Hubungan masyarakat dan publikasi.....	66
5.4 Penjualan personal.....	70
5.5 Pemasaran langsung.....	78
5.6 Acara dan pengalaman.....	82
BAB VI. PENUTUP	
6.1 Kesimpulan.....	86
6.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. Jumlah pengiklan Kompas TV Palembang (2016-2018).....	2
2. Jadwal program acara Kompas TV Palembang 2016.....	5
3. Jadwal program acara Kompas TV Palembang 2017.....	6
4. Penelitian terdahulu	17
5. Fokus Penelitian	21
6. Profil perusahaan.....	28
7. Program Kompas TV Palembang 60Uhf.....	35
8. Pengumpulan data media iklan.....	38
9. Jadwal program acara Kompas TV Palembang 2017.....	43
10. Jumlah pengiklan Kompas TV Palembang (2016-2018).....	44
11. Pengumpulan data pesan iklan.....	54
12. Pengumpulan data anggaran iklan.....	58
13. Pengumpulan data program promosi.....	60
14. Pengumpulan data promosi harga.....	65
15. Pengumpulan data hubungan masyarakat dan publikasi.....	66
16. Pengumpulan data presentasi.....	70
17. Pengumpulan data negosiasi.....	73
18. Pengumpulan data pemasaran langsung.....	77
19. Pengumpulan data event.....	81
20. Pengumpulan data sponshorship.....	83

DAFTAR BAGAN

BAGAN	HALAMAN
1. Alur Pemikiran.....	16
2. Struktur Organisasi Kompas TV Palembang	32

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1. Lokasi jangkauan siaran Kompas TV Palembang.....	4
2. Logo Kompas TV Palembang.....	30
3. Lokasi jangkauan siaran Kompas TV Palembang	41
4. Aplikasi youtube Kompas TV Palembang	46
5. Straight News Kompas TV Palembang	47
6. Berita feature.....	48
7. Program acara pertunjukkan.....	49
8. Instagram Kompas TV Palembang.....	50
9. Cuplikan video instagram Kompas TV Palembang.....	51
10. Interaksi pembawa acara dengan peserta kuis	52
11. Program acara iklan.....	53
12. Kegiatan survei Kompas TV Palembang.....	55
13. Hasil kejernihan penerimaan gambar	56
14. Kemasaran program acara iklan.....	62
15. Kegiatan pembuatan program acara iklan	63
16. Testimoni	64
17. Kompas Kampus TV	82
18. KPID Award	84
19. Pemenang KPID Award	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program acara yang dihasilkan televisi mempunyai variasi seperti program berita, *talkshow*, sinetron, *variety show*, dan komedi. Dengan berbagai kelebihan dan kemudahan yang diberikan televisi membuat media massa yang satu ini mengalami kemajuan sangat pesat. Kemajuan televisi dapat terlihat dari industrinya yang semakin berkembang pesat. Industri pertelevisian banyak dilirik karena memiliki banyak sumber pendapatan seperti iklan, sponsor, dan event.

Keuntungan televisi menimbulkan persaingan televisi lokal dan berjaringan di Indonesia yang menunjukkan pertumbuhan yang meningkat pesat. Contohnya di Palembang yang merupakan kota yang sedang berkembang infrastruktur, ekonomi dan budayanya memerlukan peran media dalam penyaluran informasi kepada masyarakat kejadian, isu, berita yang sedang terjadi. Palembang memiliki tiga televisi lokal dan dua televisi berjaringan yakni TVRI Sumatera Selatan (1974), PALTV (2005), SriwijayaTV (2006) sebagai televisi lokal dan I News TV (2006), Kompas TV (2015) yang merupakan televisi berjaringan. Pertumbuhan televisi yang semakin meningkat membuat persaingan televisi lokal memperebutkan pengiklan potensial di kota Palembang semakin ketat. Karena itu Kompas TV Palembang harus memiliki komunikasi pemasaran yang baik untuk menarik minat pengiklan.

1. Kompas TV Palembang mengalami penurunan jumlah pengiklan setiap tahunnya

Program acara yang disajikan Kompas TV Palembang harapannya dapat menarik khalayak untuk menonton Kompas TV Palembang. Sehingga Kompas TV Palembang dapat terus berdiri menjalankan kegiatannya sebagai sebuah perusahaan yang mempunyai sumber penghasilan. Pendapatan Kompas TV Palembang berupa keuntungan yang didapat dari pengiklan mulai dari iklan, sponsor, event.

Tabel 1 Jumlah pengiklan Kompas TV Palembang (2016-2018)

No.	Iklan	Event	Sponsor	Tahun
1.	ISTANA ELEKTRONIK	KPID AWARD	Kopi Kapal Api	2016
2.	PLN	-	Bank Sumsel Babel	2016
3.	BPJS	-	-	2016
4.	BKKBN	-	-	2016
5.	Hotel Santika Radial Palembang	-	-	2017
6.	Tissu Tessa	-	-	2017
7.	Radio Sonora	-	-	2017
8.	-	-	-	2018

Sumber : Diolah oleh penulis dari data Kompas TV Palembang

Pada Tabel 1 Data Iklan dan Event telah menunjukkan sumber penghasilan Kompas TV Palembang ada tiga macam yakni iklan event, sponsor. Jumlah iklan yang masuk ada empat yaitu Istana Elektronik, PLN, BPJS, BKKBN dan *event* KPID AWARD kemudian sponsor dari Kopi Kapal Api, Bank Sumsel Babel selama tahun 2016. Kemudian pada tahun 2017 pengiklan yang terikat kerjasama pada tahun 2016 tidak beriklan lagi di Kompas TV Palembang akan tetapi iklan lain masuk berjumlah tiga yaitu Hotel Santika Radial Palembang, Tissu Tessa, Radio Sonora dalam hal ini iklan yang masuk mengalami penurunan. Semula tahun 2016 ada empat iklan memasuki 2017 hanya ada tiga iklan, kemudian juga dalam kategori *event* dan sponsor justru benar-benar tidak ada pemasukan. Kemudian ketika masuk 2018 Kompas TV Palembang

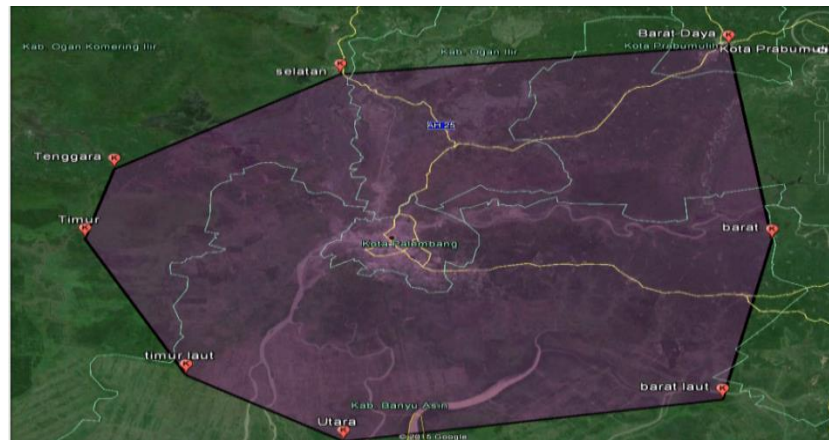
tidak memiliki sama sekali pemasukkan dalam tiga kategori baik dari iklan, *event* atau sponsor.

2. Kompas TV Palembang mempunyai jangkauan siaran yang luas namun tidak mempengaruhi peningkatan pengiklan

Salah satu pendapatan televisi yaitu iklan. Iklan akan tayang di televisi jika telah mendapatkan kesepakatan harga yang ditentukan televisi terkait durasi waktu iklan tersebut muncul. Iklan di media televisi pada dasarnya memanjakan mata, telinga untuk melihat dan mendengar kelebihan dari sebuah produk. Pemilihan media televisi tergantung dari pengiklan yang merupakan salah satu pengguna jasa televisi. Pengiklan akan melihat rating program acara apa yang paling tinggi kemudian memutuskan untuk mengiklankan produk mereka di durasi iklan pada program acara tersebut.

Kompas TV Palembang yang merupakan salah satu televisi jaringan dari Kompas TV di Jakarta dibawah naungan PT. Pratama Cipta Digital yang berdiri pada tanggal 1 juni 2011 yang dahulunya bernama MOS TV kemudian sekarang tepatnya semenjak tahun 2015 berganti nama menjadi Kompas TV Palembang yang mempunyai keterbatasan sebagai televisi jaringan yaitu waktu siaran. Kekurangan dari televisi berjaringan tidak menjadi hambatan untuk mewujudkan tujuan dari Kompas TV Palembang yaitu menjadi sumber berita, informasi, pendidikan, pengetahuan, dan hiburan yang dikemas humaniora, penuh budi pekerti, sehat dan aman bagi pemirsa. Dengan demikian Kompas TV Palembang berkeinginan ikut serta dalam mencerdaskan dan mencerahkan kehidupan masyarakat Indonesia. Sebagai sebuah perusahaan Kompas TV memperluas jangkauannya bukan hanya di Palembang tapi juga sampai ke pelosok luar daerah Palembang.

Gambar 1 Lokasi Jangkauan Siaran Kompas TV Palembang



Sumber: Kompas TV Palembang

Berdasarkan Gambar 1 Lokasi Jangkauan Siaran Kompas TV Palembang jangkauan siaran Kompas TV Palembang telah menyebar ke Kab. Ogan Komering Ilir, Kab. Banyu Asin, Kab. Ogan Komering Ulu, Kota Prabumulih. Jangkauan yang luas ini mempermudah Kompas TV Palembang untuk menyebarkan informasi sekaligus memperkenalkan Kompas TV Palembang itu sendiri. Jangkauan siaran yang luas diharapkan dapat menarik khalayak untuk menonton Kompas TV Palembang. Selain dari jangkauan siaran yang luas Kompas TV Palembang juga menawarkan banyak program acara untuk menarik penonton.

3. Perubahan jam tayang Kompas TV Palembang mempengaruhi penurunan jumlah pengiklan

Ragam jenis program acara yang disajikan berbentuk program acara berita, hiburan, olahraga. Dengan banyaknya program acara yang disajikan diharapkan akan banyak penonton yang akan meningkatkan rating kemudian menarik banyak pengiklan. Jam tayang yang salah penempatannya akan menimbulkan masalah. Karena lembaga penyiaran tentu saja memiliki jam tayang yang paling sering ditonton. Dalam istilah televisi “*Prime Time*” waktu antara jam 18.00 – 22.00 WIB. Kisaran waktu tersebut masyarakat sudah banyak berada dirumah dan televisi yang merupakan media hiburan menjadi pilihan yang paling tepat untuk dinikmati. Namun jam tayang Kompas TV

Palembang yang telah berubah dari jam 05.00 – 07.00 WIB mempunyai pengaruh dalam penurunan pengiklan Kompas TV Palembang.

Tabel 2 Jadwal Program Acara Kompas TV Palembang 2016

NO.	Nama Program	Waktu Tayang	Gambaran Program
1.	KOMPAS SUMSEL PAGI	SENIN SAMPAI JUMAT, PUKUL 04.00 – 04.30 WIB	Program yang berisi berita-berita terkini di Sumatera Selatan
2.	CAHAYA HATI	SENIN SAMPAI JUMAT, PUKUL 03.30 – 04.00 WIB	Program religi yang berisi siraham rohani.
3.	SAPA SUMSEL	SENIN SAMPAI JUMAT, PUKUL 15.00 – 16.00 WIB	Program yang berisi informasi terkini dan inspiratif yang dikemas secara ringan. Disertai dengan dialog.
4.	KOMPAS SUMSEL SORE	SENIN SAMPAI JUMAT, PUKUL 16.00 – 16.30 WIB	Program yang berisi berita terkini di Sumatera Selatan.
5.	KOMPAS SUMSEL AKHIR PEKAN	SABTU, PUKUL 08.00 – 08.30 WIB	Program yang berisi berita terkini di Sumatera Selatan.
6.	STAND UP SERU	SABTU, PUKUL 09.00 – 09.30 WIB	Program yang menghadirkan penampilan open mic para komika lokal asal Sumatera Selatan
7.	KELILING SUMSEL	SABTU, PUKUL 09.30 – 10.00 WIB	Program yang menyajikan informasi mendalam mengenai budaya, kuliner, pariwisata, dan kearifan lokal Sumatera Selatan.
8.	KOMPAS SUMSEL SEPEKAN	MINGGU, PUKUL 08.00 – 08.30 WIB	Program yang menyajikan rangkuman berita-berita yang menarik narik di seputar Sumatera Selatan selama sepekan.
9.	SUMSEL HIGHLIGHT SPORT	MINGGU, PUKUL 09.00 – 09.30 WIB	Informasi perkembangan olahraga di Sumatera Selatan
10.	INDIE MOVIE SUMSEL	MINGGU, PUKUL 09.30 – 10,00 WIB	Program dialog bersama para pembuat film Indie Sumatera Selatan.

Sumber: Kompas TV Palembang

Pada tabel 2 menunjukkan program acara yang dimiliki oleh Kompas TV Palembang berjumlah 10 program yang disiarkan dari hari senin sampai minggu sesuai dengan jadwal yang telah disesuaikan. Dari hari senin – jumat Kompas TV Palembang siaran

mulai dari pukul 03.00 – 04.30 WIB dilanjutkan kembali pada sore hari dari pukul 15.00 – 16.30 WIB. Jumlah waktu siaran yang dilakukan Kompas TV Palembang pada tahun 2016 sekitar tiga jam. Kemudian memasuki tahun 2017 Kompas TV Palembang mengalami perubahan jam tayang yang telah ditentukan.

Tabel 3 Jadwal Program Acara Kompas TV Palembang 2017

No.	NAMA PROGRAM	WAKTU TAYANG
1.	KOMPAS SUMBAGSEL	SETIAP HARI, PUKUL 05.00 WIB
2.	KOMPAS NUSANTARA	SABTU, PUKUL 06.30 – 07.00 WIB
3.	STAND UP SERU	SABTU, PUKUL 06.00 – 06.30 WIB
4.	SUMSEL HIGHLIGHT SPORT	MINGGU, PUKUL 06.00 – 06.30 WIB
5.	INDIE MOVIE	MINGGU, PUKUL 06.30 – 07.00 WIB

Sumber: Kompas TV Palembang.

Perubahan yang terjadi terletak dari jumlah program acara, pada tabel 3 program acara yang dimiliki berjumlah lima program. Kemudian dari jam tayang juga mengalami perubahan, semula Kompas TV Palembang memiliki durasi siaran selama tiga jam sementara sekarang hanya mempunyai waktu tayang selama dua jam. Menurut Anggota Advokasi pengembangan dan informasi BKKBN pada tanggal 27 Februari 2018

“iya nggak apa-apa sih cuma mau stop aja. Lagian sekarang jam tayangnya sudah berubah dan cuma beberapa jam tayang. yaa pendek aja durasinya dan juga bukan termasuk kategori prime time”

Hasil dari wawancara dengan BKKBN menemukan bahwa perubahan jam tayang menjadi masalah, karena tidak sesuai lagi dengan kebutuhan BKKBN sebagai pengiklan. Jam tayang yang berubah dengan durasi yang pendek menjadi pertimbangan BKKBN untuk meneruskan kerjasama antara Kompas TV Palembang sebagai penyedia jasa dan BKKBN sebagai pengiklan.

Pernyataan yang dijabarkan diatas ialah alasan penulis untuk meneliti “**Komunikasi Pemasaran Kompas TV Palembang dalam Menarik Minat Pengiklan**” karena peneliti tertarik untuk mengetahui hambatan apa yang terjadi sehingga adanya penurunan pengiklan. Untuk mengetahui hal tersebut penelitian berfokus kepada komunikasi pemasaran yang dilakukan Kompas TV Palembang untuk menarik minat pengiklan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana komunikasi pemasaran Kompas TV Palembang dalam menarik minat pengiklan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran Kompas TV Palembang dalam menarik minat pengiklan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini akan terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mampu memperkaya kajian Ilmu Komunikasi terutama dibidang Broadcasting. Terutama mengenai komunikasi pemasaran Kompas TV Palembang dalam menarik minat pengiklan. Dan juga penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan akan bermanfaat bagi :

1. Manfaat bagi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih mengerti dan memahami komunikasi pemasaran Kompas TV Palembang dalam menarik minat pengiklan. Serta dapat menambah pengalaman bagi peneliti.

2. Manfaat bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi menambahkan wawasan dan referensi tentang komunikasi pemasaran Kompas TV Palembang dalam menarik minat pengiklan, bagi universitas terutama untuk konsentrasi Broadcasting. Dan untuk menjalin kerjasama yang baik antara universitas dan stasiun televisi.

3. Manfaat bagi Kompas TV Palembang

Penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan gambaran komunikasi pemasaran Kompas TV Palembang dalam menarik minat pengiklan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyana. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosdakarya.
- Morrison. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Prisgunanto. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. Jakarta: CV Prisani Cendekia.
- Romli. 2016. *Komunikasi Masaa*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rismi dan Donny. 2014. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Skripsi

- Pricilia, Agatha. 2016. *Strategi Youth Marketing dan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Brand Coolture Dalam Menghadapi Pesaing di Bandar Lampung*. Skripsi tidak diterbitkan. Lampung: FISIP Universitas Lampung.
- Rahman, Chairunnisa. 2013. *Strategi Komunikasi Pemasaran Bugis Waterpark Adventure Dalam Menarik Jumlah Pengunjung*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: FISIP Universitas Hasanuddin.