

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seorang pengirim pesan atau yang disebut sebagai “komunikator” kepada penerima pesan atau yang biasa disebut “komunikan”. Komunikasi sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan terutama dalam pemasaran (pemberian kegiatan bisnis yang dimiliki perusahaan kepada pelanggan). Salah satu alasan suatu perusahaan membutuhkan komunikasi adalah untuk menjaga hubungan dan memasarkan yang dimiliki perusahaan kepada public/ customer, seperti dalam Komunikasi Pemasaran.

Menurut Kotler & Keller (2009: 172), Komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual oleh perusahaan. Komunikasi pemasaran memiliki banyak cara seperti promosi dan iklan. Promosi dan iklan merupakan salah satu cara yang sering dilakukan oleh banyak pihak perusahaan untuk memasarkan kepada publik sehingga bisa menggunakan banyak media seperti televisi sehingga bisa sampai ke publik karena Televisi merupakan salah satu media publik, seperti ANTV.

PT Cakrawala Andalas Televisi atau yang lebih dikenal dengan sebutan ANTV hadir sebagai stasiun televisi swasta di Indonesia yang menyajikan beragam tayangan hiburan yang berkualitas, menarik serta menambah wawasan dan pengetahuan masyarakat Indonesia. Menjadi saluran televisi keluarga terbaik untuk seluruh keluarga Indonesia. Misi yang akan dilakukan oleh ANTV untuk mendapat mencapai visi tersebut adalah memberikan program-program berkualitas terbaik setiap anggota keluarga untuk mendukung pengembangan karakter Bangsa Indonesia dengan spirit kreatifitas dan inovasi kekuatan kerjasama tim dan tata kelola perusahaan.

Di setiap perusahaan pasti mempunyai salah satu bagian pihak kerja yang memiliki peran dan tugas layaknya pihak Komunikasi Pemasaran atau *Marketing Communication*. Promosi program TV pada media penyiaran adalah kegiatan untuk mendapatkan audien atau penonton lebih banyak dan penonton sebelumnya yang telah ada sehingga diusahakan untuk tetap dapat dijaga perhatian dan kesetiaan pada stasiun atau program TV yang dikelola sendiri.

Bagian Marcomm di ANTV terdapat dalam penyiaran acara atau program TV. Contohnya bagian *Promo On air* (acara di TV yang disiarkan secara langsung) dan *Promo Off air* (acara atau event yang diselenggarakan tetapi tidak disiarkan).

Pihak *Promo Off air* memiliki bagian Media Partnership yakni adalah kerjasama yang terjalin antara penyelenggara event dengan media baik TV atau media lain. Bisa dianggap sebuah kerjasama, hubungan antar 2 pihak ini harus saling menguntungkan. Untuk menyelenggarakan event dan bekerjasama dengan media dapat meningkatkan kredibilitas event anda dimata publik atau perhatian publik agar meningkatkan kepercayaan publik pada media melalui event yang diadakan.

Promo Off air ANTV mengadakan acara atau event yang lebih fokus kepada pemasaran atau marketing Channel dan program ANTV sendiri walau juga menyangkut sedikit corporate. Dengan begitu pihak *Promo Off air* menggunakan Acara atau event diluar acara TV secara langsung untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang ANTV sendiri atau acara televisi ANTV sehingga event yang diadakan ANTV akan dilihat berkualitas dan menarik untuk dikunjungi.

Event bisa berupa atau berbentuk apa saja, seperti dari pertemuan kecil sampai konferensi besar. Kegiatan event marketing adalah komunikasi langsung dilapangan yang harus dimanfaatkan semaksimal mungkin terhadap segmen atau target yang dituju, yang merupakan target kelompok yang diharapkan.

Contoh kegiatan event *Promo Off air* di ANTV adalah:

1. Marketing Gathering, event yang diadakan atau dibantu *Promo Off air* ANTV dengan mengundang klien marketing (*sales*) yang memasang iklan di ANTV untuk membagi, mempromosikan atau menjual program ANTV ke agensi dan advertiser (*sponsorship*).
2. Road To HUT ANTV, event ini bertujuan mempromosikan event *On air* "HUT ANTV". Event ini diadakan secara *Off air* menjelang event *On air* "HUT ANTV" biasanya dimulai dari 1 atau 2 bulan sebelum puncak acara *On air*. Walau banyak menyangkut bentuk event Road To HUT ANTV tetap konsisten dalam 1 tema yaitu "HUT ANTV"
3. Meet & Greet Artist.

Tugas pihak *Promo Off air* di ANTV adalah:

1. *Planning, Organizing, Executing* event Promo dan Sponsor
2. *Planning, Organizing, Executing* branding yang terkait dengan kebutuhan promo Program TV dan Perusahaan.

Perencanaan (*planning*) yang dilakukan pihak *Promo Off air* ANTV adalah merencanakan pemasangan iklan di media apa saja untuk event yang sudah direncanakan untuk diadakan dan tempat pengadaan event. Media pemasangan iklan yang biasa ditargetkan bila ada event adalah media cetak, radio, videotron dan billboard. Setelah melalui proses *Planning* masuk ke proses yang namanya Pengorganisasian (*organizing*). *Organizing* juga meliputi penugasan setiap

aktifitas, membagi pekerjaan ke dalam setiap tugas yang spesifik. Dalam proses organizing pihak *Promo Off air* ANTV adalah meminta atau merequest materi dan design, membuat budget dan membuat timeline media untuk promosi.

Tahap Pelaksanaan (*Executing*) apabila di tahap sebelumnya adalah merencanakan target yang akan dicapai, maka di tahap ini adalah pekerjaan untuk mencapainya atau bisa dibilang pelaksanaan. Hal yang dilakukan bagian *Promo Off air* ANTV pada tahap pelaksanaan adalah base on program yang akan ditayangkan untuk mempromosikan target dari event tersebut dan melaksanakan kegiatan yang sudah direncanakan pada tahap *planning* dari hasil media yang telah dipilih untuk dipakai dan sudah sesuai dengan budget yang sudah ditentukan pada tahap *organizing* dengan tujuan untuk mempromosikan program atau promosi.

Dari fungsi dan contoh kegiatan *Promo Off air* di ANTV bisa dilihat bahwa Promosi *Off air* memiliki tujuan dan pengaruh yang tinggi dalam meningkatkan jumlah penonton karena promo ini diselenggarakan secara langsung di suatu tempat diluar penyiaran televisi. Penulis akan membahas tentang event “*Meet and Greet Kendal* tanggal 20 juli 2019” yang akan dilaksanakan pada target daerah pelosok di kabupaten Kendal, kota Semarang, Jawa Tengah.

1.2 Topik Laporan

Berdasarkan latar belakang yang dibuat, penulis mengambil judul penulisan Laporan Kuliah Kerja Praktek ini yaitu “Peran *Promo Off air (Media Partner)* PT. Cakrawala Andalas Dalam Mempromosikan Program ANTV Melalui Even *Meet And Greet Kendal*”.

1.3 Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Adapun tujuan dilakukannya program kuliah kerja prakti lapangan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh di perkuliahan ke bentuk praktek yang nyata di dunia kerja.
2. Untuk mengetahui fungsi dan tugas *Promo Off air* dalam pencitraan PT. Cakrawala Andalas Televisi.
3. Untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan *Promo Off air* di kerja lapangan.

1.4 Manfaat Kuliah Kerja Praktik

Manfaat dari pelaksanaan praktik kerja lapangan ini bagi penulis adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari pelaksanaan program Kuliah Kerja Praktik lapangan ini adalah :

1. Penulis mendapatkan pengetahuan baru yaitu fungsi dan peran pihak *Promo Off air* dalam menjaga citra perusahaan yang nantinya dapat mengamalkan ilmu yang telah di dapat.
2. Dapat menghubungkan teori-teori yang telah di pelajari selama perkuliahan pada unit kerja *Promo Off air*, terutama pada bagian *Media Partner* dalam *Promo Off air*
3. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Kuliah Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari pelaksanaan Kuliah Kerja Praktik ini adalah:

1. Menjadi pengalaman yang bermanfaat untuk bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dijalankan sebagai seorang *Marketing Communication* dan menjadi fondasi bagi penulis ketika akan memasuki dunia kerja.
2. Menambah pengetahuan penulis mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Marketing Communication* khususnya dibagian *Promo Off air* PT. Cakrawala Andalas atau ANTV.

1.5 Sistematika Penulisan

Pada garis besarnya masalah yang akan dibahas dalam penulisan laporan Kuliah Kerja Praktik ini dibagi menjadi lima bab. Sistematika penulisan laporan Kuliah Kerja Praktik yang dipakai sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan secara umum atau secara luas latar belakang masalah, topik laporan, tujuan kuliah kerja praktik, manfaat yang didapat dari kuliah kerja praktik, dan seperti apa sistematika penulisan laporannya.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisikan tentang teori yang berupa pengertian yang diambil dari kutipan buku yang terkait dengan penyusunan laporan kuliah kerja praktik lalu penulis memberikan komentar terhadap kutipan yang digunakannya sebagai bentuk pemahamannya, baik terhadap kutipan itu sendiri maupun dalam kaitannya dengan keseluruhan kerangka teorinya.

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN TEMPAT KKP

Bab ini berisi tentang sejarah perusahaan, bagaimana gambaran dan ruang lingkup pekerjaan perusahaan, gambaran unit kerja tempat KKP, struktur organisasi perusahaan, dan pelaksanaan kegiatan KKP sesuai perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang kegiatan apa saja yang dilakukan oleh mahasiswa selama menjalankan kuliah kerja praktik (KKP) dan pembahasan perbandingan pelaksanaan kegiatan KKP antara teori dan praktik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran yang diberikan penulis dari hasil laporan kuliah kerja praktik.