

Strategi komunikasi promosi program televisi (studi kasus pada program Dream girls di Global TV)

Citra Anggun Prameswati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339321&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam upaya merebut pasar di bidang industri pertelevisian, banyak faktor yang ikut menentukan, antara lain dapat dilihat dari kualitas siaran, tayangan, kekuatan modal yang mendukung program-program tayangan, dan kualitas SDM. Program acara yang disuguhkan oleh televisi juga bersaing dengan sangat ketat, salah satunya pada program reality show di bidang tarik suara Global TV. Maka digunakanlah strategi promosi baik itu on air ataupun off air, dalam rangka meraih awareness dari masyarakat serta meningkatkan rating dan share.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif Data yang dikumpulkan berupa gambar, kata-kata, laporan berisi kutipan. Penelitian ini juga bersifat deskriptif yaitu mengacu pada pendeskripsian fenomena yang ada baik itu alamiah ataupun buatan manusia. Teknik yang digunakan yaitu in depth interview dimana peneliti dapat melakukan wawancara secara mendalam sehingga dapat mengkonstruksikan makna dalam suatu topik tersebut.