

Analisis strategi bersaing media advertising di dalam industri televisi terhadap audience : Studi pada : televisi TPI = Competition of advertisement at the TPI television station, to TPI's audience : case study television "TPI"

Gama Ramadita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=106303&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan tingkat kebutuhan manusia seiring dengan perkembangan kemajuan tingkat dan pola konsumsi masyarakat tidak akan pernah berhenti. Kebutuhan manusia akan hiburan dan informasi, merupakan suatu kesempatan dalam memperkenalkan produk-produk kebutuhan utama maupun kebutuhan akan informasi.

Dunia informasi tidak akan berakhir selama manusia masih membutuhkan tingkat kehidupan yang lebih baik dan untuk memenuhi tingkat kebutuhan yang mendasar.

Dengan mendapatkan informasi mengenai tingkat perkembangan kebutuhan akan hiburan, pendidikan dan dunia disekitar kita, maka media informasi sangat dibutuhkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi terhadap perkembangan teknologi, sosial, budaya, dan ekonomi. Diperlukan suatu wadah sebagai penunjang akan kebutuhan tersebut yakni media informasi televisi.

Perkembangan teknologi dan informasi yang perlu disampaikan oleh sebuah media yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Biro Iklan dan media televisi sebagai bagian yang tidak dapat terpisahkan dalam melakukan kegiatan usahanya memberikan informasi, hiburan dan pendidikan kepada pemirsanya.

Perkembangan dunia periklanan semakin kompetitif. Kekuatan - kekuatan biro iklan membawa pandangan konsumen akan penawaran - penawaran terhadap produk -produk yang dihasilkan oleh advertiser.

Persaingan semakin ketat terhadap perkembangan media televisi, cetak maupun radio. Pada awal tahun 2005, perkembangan televisi semakin besar. Ditandai dengan hadirnya stasiun televisi dengan jangkauan terbatas dengan area (Lokai TV) dan bertambahnya media televisi dengan jangkauan area nasional.

Seiring dengan pertumbuhan televisi, persaingan biro iklan mengikuti dan berkompetisi dengan para kliennya dalam menghadirkan ide ~ ide kreatif iklan yang dilakukan. Perkembangan biro iklan dan media televisi membawa perubahan yang dinamis terhadap perkembangan advertiser dengan memproduksi berbagai produk unggulan sehingga pada akhirnya akan berpengaruh pada pemirsa televisi sebagai target audiens dari suatu produk/ jasa yang diiklankan.

Pertumbuhan media televisi, sangat dirasakan oleh masyarakat dengan adanya stasiun - stasiun televisi swasta yang baru hadir ke layar kaca. Persaingan sangat ketat dalam memperoleh jumlah pemirsa yang akan mempengaruhi dalam ranking masing-masing televisi melalui program acara yang disajikan ke layar kaca. Data -data mengenai pertumbuhan televisi dan beberapa media advertising, dipercayakan kepada suatu

lembaga penelitian AC Nielsen Media Research.

Panduan yang dikeluarkan oleh AC Nielsen Media Research membantu dalam perjalanan media televisi dan biro iklan serta media lainnya (seperti radio, Surat kabar, tabloid dan majalah). Detail data yang dikeluarkan oleh AC Nielsen dapat membantu dalam melakukan penelitian strategi bersaing Biro Iklan di stasiun televisi TPI terhadap pemirsa TPI.

Dunia periklanan (advertising), membawa pengaruh kepada pemirsa yang melihat iklan yang ditayangkan melalui media televisi TPI. Kategori masing-masing audience tergolong menjadi beberapa bagian yakni, dari segi gender, umur dan kelas sosial di masyarakat sebagai pemirsa televisi pada umumnya.

Pemilihan program dan stasiun televisi sangat dipengaruhi dari Biro Iklan dalam mengiklankan brand/produk dari kliennya (advertiser). Pemilihan coverage area dari stasiun televisipun mempengaruhi pula pemilihan dari Biro Iklan, dikarenakan produk yang dipromosikan dapat tercakup secara luas dan secara langsung target audiencipun akan semakin banyak. Akhirnya penilaian media advertising terhadap media televisipun akan lebih selektif.

Keunggulan dari program - program yang disajikan oleh media televisi TPI pun akan difokuskan pada hiburan dan edukasi pada kategori masyarakat berkelas BCD dan memberikan tayangan dengan nuansa religius untuk membimbing audiencenya dalam tingkat kehidupan sehari-hari. Dampak positif yang dialami media televisi TPI dari pemirsanya sangat dirasakan pada program - program unggulan dan jumlah iklan yang masuk di media televisi TPI.

Penelitian ini melihat pengaruh dari media advertising terhadap pemirsa TPI dengan program dan iklan yang dipromosikan melalui media televisi TPI. Dan bagaimana persaingan industri televisi dalam kreatifitas program yang berkualitas dengan maksud menarik perhatian dari pemirsa yang membawa pengaruh terhadap rating dan pendapatan iklan suatu media televisi.