

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PODTV
INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS**

SKRIPSI

Oleh:

RIZKI WAHYU ABDININGSIH

NIM: 1671650039



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PODTV
INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI
PERSAINGAN BISNIS**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

RIZKI WAHYU ABDININGSIH

NIM: 1671650039



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

JAKARTA

2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang - Jakarta Timur 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230/Fax: (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rizki Wahyu Abdiningsih
Nomor Induk Mahasiswa : 1671650039
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/ Hubungan Masyarakat
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul **"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PODTV INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 4 Juli 2023

(Rizki Wahyu Abdiningsih)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fisipol@uki.ac.id, sekretariatfisipol@gmail.com. Homepage : <http://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PODTV INDONESIA DALAM
UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS"**

Oleh:

Nama : Rizki Wahyu Abdiningsih
NIM : 1671650039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : *Public Relations*

Telah dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan sudah diperiksa dan setuju
guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 4 Juli 2023

Menyetujui:
Pembimbing,

(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si)
NIDN. 0327046804

Ketua Prodi
Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.)

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

(Dr. Verdinand Robertua, S.Sos, M.Soc, Sc.)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80836884
Email: fsipol@uki.ac.id, sekretariatfsipol@gmail.com. Homepage: <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 4 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Rizki Wahyu Abdiningsih
NIM : 1671650039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PODTV INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS"** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Dr. Melati Mediana Tobing, S.T., S.LKom., M.Si.	Ketua	
2. Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A	Anggota	
3. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.	Anggota	

Jakarta, 4 Juli 2023



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Pbx. 3461. Faks (021) 80886884
Email: info@ukri.ac.id, sekretariat@ukri.ac.id, webmaster@ukri.ac.id Homepage: <https://www.ukri.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rizki Wahyu Abdiningsih
NIM : 1671650039
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PODTV
INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS**

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik diperguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Non eksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 4 Juli 2023
Yang Menyatakan,

Rizki Wahyu Abdiningsih

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul " STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PODTV INDONESIA DALAM UPAYA MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS" tepat pada waktunya. Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Sosial dan Ilmu politik Universitas Kristen Indonesia.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya karena terselesaikannya penyusunan skripsi ini yang tentunya tidak terlepas dari bantuan dukungan berbagai pihak, baik secara moral maupun materiil yang tidak ternilai harganya. Terimakasih peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak Dr. Dhaniswara K.Harjono, S.H., M.H, MBA. selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
2. Bapak Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.
3. Ibu Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom.selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.
4. Ibu Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.
5. Bapak Singgih Sasongko, S.IP.,M.Si. selaku pembimbing skripsi peneliti, yang ditengah kesibukannya telah memberikan bimbingan sehingga pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ibu Dr. Melati Mediana Tobing, S.I.Kom., M.Si. selaku ketua sidang / penguji I dan Kak Marshelia Gloria Narida, S.S.,M.A. selaku penguji II yang telah berkenan memberikan arahan juga masukan terhadap peneliti dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.

7. Drs. Imam Khanafi Z, MM, M.Si. selaku pakde yang selalu membimbing dan pemberi arahan juga pengetahuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Firdaus Hindra Hadi Saputro, ST. dan Bapak Dedy Crisman H. Damanik, ST. selaku dewan pimpinan ditempat magang peneliti yang telah membantu memberikan data juga berkas-berkas yang dibutuhkan dalam membuat penulisan skripsi ini.
9. Untuk kedua orangtua peneliti, Ayah Emanuel Subardjo dan Ibu Sri Utami yang selalu mendoakan dan memberi dukungan baik moril dan finansial serta motivasi untuk semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta kepada seluruh teman-teman “IIKom 2016” yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini. Trimakasih untuk segala bantuan baik materil maupun imateril yang telah diberikan kepada peneliti, semoga Tuhan berkenan membalas semua kebaikan yang telah diberikan teman-teman kepada peneliti. Peneliti juga meminta maaf jika ada kata-kata yang menyinggung dalam tulisan skripsi ini kira nya teman-teman selalu diberikan kesehatan dan semoga kelak jika kita bisa bertemu dengan keadaan yang sehat walafiat.

Penulis,

Rizki Wahyu Abdiningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Strategi	11

2.2. Pengertian Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>).....	13
2.3. Citra Perusahaan	18
2.3.1. Pengertian Citra.....	18
2.3.2. Pengertian Perusahaan.....	19
2.3.3. Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>)	19
2.4. Pesaingan Bisnis	23
2.4.1. Dampak Positif Adanya Persaingan Bisnis	23
2.5. Kerangka Berpikir.....	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian.....	25
3.2. Pendekatan Penelitian	28
3.3. Metode Penelitian	29
3.4. Metode Pengambilan Informan	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data	32
3.6. Teknik Analisis Data.....	33
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	34

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2. Profil Informan	39
4.3. Interpretasi Hasil Data Secara Teoritis.....	41

BAB V PENUTUP

5.1.Kesimpulan..... 60

5.2.Saran..... 62

DAFTAR PUSTAKA..... 64

LAMPIRAN 68



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Data Informan	40
--------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	36
Gambar 4.2	42
Gambar 4.3	46



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : DATA WAWANCARA	68
LAMPIRAN 2 : DATA DOKUMENTASI	77
LAMPIRAN 3 : TRANSKIP WAWANCARA	71



ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman yang sangat signifikan, masyarakat di berbagai bidang membutuhkan saluran berita yang menyajikan informasi secara cepat dan tepat waktu. Media digital merupakan alat untuk menyampaikan dan menerima informasi yang sangat tepat saat ini, sama halnya dengan institusi pendidikan tidak lepas dari keberadaan media digital. Dalam menghadapi era globalisasi PODTV Indonesia dituntut untuk mendapatkan kepercayaan publik, maka strategi komunikasi pemasaran diharapkan mampu membawa misi khusus yang berkaitan dengan pembentukan *good image* atau citra perusahaan yang baik. Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, untuk memberikan informasi terkait Strategi Komunikasi Pemasaran PODTV Indonesia dalam Upaya Menghadapi Persaingan Bisnis dengan mengimplementasikan program CSR seperti memberikan tayangan hiburan kepada masyarakat di channel Youtube PODTV Indonesia dan *membranding* dengan menyediakan beberapa sumber berita yang terpercaya, berkualitas agar berbagai kalangan masyarakat selalu *up to date* dengan *trend* yang berkembang di masyarakat, sekaligus meningkatkan citra perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi Pemasaran, Citra Perusahaan.

ABSTRACT

Along with the very significant developments in the times, people in various fields need news channels that present information quickly and on time. Digital media is a tool for conveying and receiving information that is very precise at this time, the same is true with educational institutions which cannot be separated from the existence of digital media. In facing the era of globalization PODTV Indonesia is required to gain public trust, the marketing communications strategy is expected to be able to carry out a special mission related to the formation of a good image or a good corporate image. In this study using descriptive qualitative, to provide information related to Indonesian PODTV Marketing Communication Strategy In An Effort Of Dealing With Business Competition At PODTV Indonesia by implementing CSR programs such as providing entertainment shows to the public on the PODTV Indonesia Youtube channel and branding by providing several reliable, quality news sources so that various groups of people are always up to date with trends that are developing in society, while enhancing the company's image for optimize company performance.

Keywords: *Strategy, Marketing Communication, Corporate Image.*