



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Komunikasi adalah segala sesuatu yang melibatkan pengiriman, penerimaan, dan proses informasi dari individu, kelompok, atau organisasi yang mengirimkan ide atau pesan, komunikasi terjadi ketika penerima (orang atau kelompok lain) memahami informasi yang disampaikan (Clow dan Baack, 2018:23). Komunikasi merupakan sebuah cara bagi individu, kelompok, organisasi maupun lembaga untuk berhubungan dan terkoneksi. Salah satu konteks komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi massa.

Komunikasi massa menurut Wimmer dan Dominick (2012:2) merupakan segala bentuk komunikasi yang ditransmisikan melalui media (saluran) yang cara bersamaan dapat dijangkau oleh orang banyak. Komunikasi massa memiliki beberapa fungsi, antara lain adalah menyampaikan sebuah informasi (to inform), mendidik (to educate), menghibur (to entertain), dan mempengaruhi (to influence). Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada massa dan menggunakan media massa, yaitu seperti koran, surat kabar, majalah, radio dan televisi.

Media massa menurut Supadiyanto (2020:113) adalah alat komunikasi kepada khalayak publik. Salah satu media massa yang sangat populer di masyarakat dewasa ini adalah televisi. Televisi merupakan sebuah teknologi yang sangat penting bagi umat manusia saat ini. Televisi adalah media telekomunikasi untuk mentransmisikan informasi berbentuk *audiovisual* melalui frekuensi gelombang radio elektromagnetik, biasanya dalam rentang spektrum "Very High Frequency" (VHF) atau "Ultra High Frequency" (UHF), namun sejak awal sejarah industri televisi, media transmisi alternatif dimulai dengan sistem "Community Access Television" (CATV) dan kemudian berkembang menjadi kabel dan sistem satelit (Basin, 2019:21). Manusia cenderung lebih menyukai televisi sebab informasi yang dimuat lebih menarik karena disajikan dengan gambar (visual) dan suara (audio). Penyajian dengan gambar adalah kekuatan utama televisi dapat menjadi sangat populer. Televisi hadir melalui berbagai macam program acaranya, yaitu program *information, education, dan entertainment* dengan berbagai format acara seperti *news, talkshow, gameshow, miniseries*, sinetron, dan lain sebagainya.

Program televisi yang semakin berkembang menjadi media yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga menimbulkan terjadinya persaingan antarstasiun televisi. Setiap stasiun televisi saling bersaing satu sama lain untuk menjadikan mereka stasiun televisi kegemaran dan nomor satu di hati masyarakat. Salah satu hal yang dilakukan stasiun televisi agar masyarakat tertarik untuk menonton program acara mereka adalah dengan melakukan kegiatan pemasaran atau promosi.

Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2012:52) adalah kegiatan menyampaikan keunggulan produk dan membujuk target konsumen. Promosi di seluruh dunia pertelevisian dilakukan agar konsumen berminat menonton program acara yang mereka siarkan. Promosi yang dilakukan stasiun televisi biasanya berbentuk iklan program.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

