

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “*Positioning* PJTV Sebagai Stasiun Televisi Lokal di Kota Bandung (Studi Deskriptif Dengan Data Kualitatif Mengenai Analisis SOSTAC pada *Positioning* PJTV dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Persaingan Televisi Lokal di Kota Bandung)”. Permasalahan yang diangkat mengenai *Positioning* yang dilakukan PJTV dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan televisi lokal di Kota Bandung.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengkaji *Positioning* yang dilakukan oleh PJTV, sehingga dapat membentuk pemirsa televisi lokal yang loyal terhadap PJTV. Berdasarkan hal tersebut maka penulis menggunakan analisis SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions* dan *Control*) dalam menganalisis *positioning* yang dilakukan oleh PJTV sebagai stasiun televisi lokal di kota Bandung.

Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini, yaitu pada tahap *situation* PJTV menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dalam menganalisis situasi internal, eksternal dan pesaing. Pada tahap *objectives*, PJTV merumuskan tujuan perusahaan kedalam visi dan misi, serta target jangka panjang dan jangka pendek. Pada tahap *Strategy, Positioning* yang dilakukan PJTV menggunakan dua macam strategi promosi yaitu *push strategy* dan *pull strategy*. *Positioning* PJTV dituangkan dalam *tagline* stasiun televisinya yaitu, “Seratus Persen Lokal” yang dikomunikasikan melalui berbagai program siaran *on air*, kegiatan *off air*, dan kegiatan lainnya. Dalam *tactics* dan *actions*, PJTV menggunakan media promosi *above the line* dan *below the line* dalam pelaksanaan *Positioning* stasiun televisinya. Terakhir, pada tahap *Control* PJTV melakukan *controlling* setiap hari pada setiap kegiatan perusahaan, sedangkan pengevaluasian *positioning* PJTV berupa rapat kerja bulanan dengan semua divisi.

Kata kunci : Media Massa, *Positioning* Televisi, Komunikasi Pemasaran, Analisis SOSTAC

ABSTRACT

The title of this thesis about “The positioning PJTV as a local station television in Bandung (The study descriptive approach with qualitatif about analyse SOSTAC at positioning PJTV in keeping the existence among competition local television in Bandung)”. The issue was given about positioning who had PJTV in existence among competition local television in Bandung.

The purposes of this research to build the positioning of PJTV did, so PJTV can amuse the audience be loyal to this station. According to that issue the writer using analyse “SOSTAC” (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions, and Control) in analysing positioning who PJTV did as local station in Bandung.

The result who had set from this research, that is the Situation step at PJTV with using analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) in order to analyse the situation of internal, external, and the competitor. The Objectives step, PJTV formulating corporate goals into the vision and mission, with a long-term and short-term targets. The Strategy step, PJTV positioning is performed using two kinds of promotional strategies namely push strategy and pull strategy. PJTV positioning poured into the television station that tagline “One Hundred Percen” throught communication a lot of broadcast program on air, the off air activity, and the other programs. In Tactics and Action, PJTV using the promotion media above the line and below the line in implementation of its television station positioning. The last, Controlling step PJTV do controlling in everyday at activities in that office, while evaluating PJTV form of monthly working meetings with all divisions.

Keywords : Mass media, Positioning television, Marketing communication, Analyse SOSTAC