

**STRATEGI PROMOSI X-CODE FILMS DALAM PROGRAM “TV WEB
SERIES” MELALUI *SOCIAL MEDIA NETWORKING***

*Promotion Strategy X-Code Films In Program "Web TV Series" Through Social
Media Networking*

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Kesarjanaan Dalam Strata-I (SI) Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan
Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

YULI HESTINA

2008 053 0078

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul

Strategi Promosi X-Code Films dalam Program “TV WEB SERIES” Melalui *Social Media Networking*

Disusun Oleh :

Yuli Hestina

2008 053 0078

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari/Tanggal : Rabu/19 Desember 2012

Pukul : 12.00 - 13.30

Tempat : Ruang Editing Jurusan IK UMY

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn.

Penguji I

Penguji II

Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn.

Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Tanggal : 19 Desember 2012

Aswad Ishak, S.SIP, M.Si

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari, karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yang Menyatakan,

Yuli Hestina

Halaman Motto

*“Jangan pernah membuat sesuatu yang
bisa menjadikan sebuah keputusan”*

*“Bagian terbaik dari hidup seseorang
adalah perbuatan-perbuatan baiknya
dan kasihnya yang tidak diketahui
orang lain”*

- William Wordsworth -

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku,
ayahanda dan ibunda tercinta*

Rasanya hanya akan ada lantunan rasa terima kasih yang aku persembahkan untuk segala sesuatu, baik itu semangat, doa, materiil, waktu dan semuanya sampai hal yang terkecil sekali pun, dan itu teralirkan pada:

Teruntuk yang pertama dan terutama : God
Almighty !! Allah SWT, the best one i have,
Alhamdulillahirabbil' alamin...

Terimakasih untuk,

- ✓ Hembusan nafas sampai detik ini untuk menjadi insan yang berusaha jauh lebih baik, detik kebersamaanku bersama orang yang aku sayang dlm hidupku
- ✓ setiap doaku yang terkabul,
- ✓ semua yang terjadi di hidupku,

- ✓ memberikan segala yang aku butuhkan bukan yang aku inginkan,
- ✓ walau kadang byk hal terjadi di hidupku yg sampai sekarang blm ditemukan jawabnya, mudah2an suatu saat nanti..

RencanaMu pasti jauh lebih baik daripada rencana umatMu dan selalu persiapkan untuk setiap badai yang akan terjadi karena Tuhan tidak pernah menjanjikan akan selalu ada pelangi. Dan satu kata yang aku percaya akan keberadaan Tuhan, bahwa Dia akan

mempertemukan sesuatu di waktu yang tepat, di tempat yang tepat dan dengan orang yang tepat.

✓ Kedua orang tuaku Bapak Boyaman Anwar Sanusi dan Ibu Titin yang tak pernah lelah membimbingku dari kecil hingga dewasa saat ini, tidak pernah berhenti memberikan doa, dorongan, semangat, nasehat kebaikan dan kebahagiaan dan kasih sayang yang tidak akan ternilai harganya sampai kapanpun. Anugerah terindah yang kumiliki dalam hidup ini_nafas

*kehidupanku hingga saat ini. Love U
Mam and Dad!!*

- ✓ *Mbakku tersayang Sistika Sari yang paling
cerewet satu rumah. Terimakasih mbak ika
buat dorongan semangatnya selama ini.
Walaupun kita sering berantem kata-kata
tetapi kita tetap satu jua yah..hehehe,, Ayo
kita bareng-bareng wujudkan impian kita,
mbak ☺*
- ✓ *Sodara-sodaruku di Pacitan, Ponorogo dan
di Bengkulu.*
- ✓ *My Beloved —Muhamad Armand
Maulana— yang paling sabar banget*

nagdepin aku. Makasih ya syang buat suka dukanya selama ini. Temen curhat iya, temen becandaan iya sama berbagi pengalamannya selama ini. Udah kasih dorongan semangat selalu buat aku dalam nyelesein skripsi ini. Thank's u so much deh pokoknya!! Lope u pull..hahaha ☺

✓ Temen-temen kos *Wizma Zahra* yang tiada tandingannya deh. Terkhusus *Mbak Saii* *Rizka Arfian* selalu jadi tempat curhatku dari awal ngkos sampe sekarang. Apapun deh dicurhatin pokoknya..hehehe..sukses slalu yah mbak ☺

Ranisa Octaviani dari awal masuk kampus udah selalu berdua aja. Kemana-mana berdua dah kayak upin ipin...jjiaahh... si ratu dangdut tasikmalaya nih jangan pernah berhenti goyang dangdutnya yah nis..piss... Mbak Ira si semok dari Palembang. Mkasih ya udah jadi emak bagi kita dikosan..hehe,, Mbak Ephel si mungil yang lincah..semoga kita bisa sama-sama sukses yah mbak ☺

✓ Si Kembar Geni n Chacha ☺ kalian lah yang patut dapet maskot upin ipin nih.

Dari awal sampe kuliah teori pun berakhir
masih aja selalu bareng2 kemana-mana.

Sampe baju pun pasti
sama..hahahah...Ayooo segera menyusul
kalian...semangat yah!! Kalian pasti bisa.

Ntr kita rumpi lagi berempat yee...

- ✓ *Keluarga Besar Korps Mahasiswa Ilmu
Komunikasi (KOMAKOM) UMY
dan Cinema Komunikasi UMY
(CIKO)* yang gak bisa aku sebutin satu
per satu. Bisa jadi kereta api terpanjang
kalo aku sebutin satu-satu. Kalian adalah
keluarga keduaku yang aku temui setelah

kelaungaku asli (kyk apa aja). Makasih buat persaudaraan kita selama ini dan semangat dukungan kalian selalu terkenang. Pembelajaran dan ilmu berharga aku dapetin disini.

✓ *Keluarga besar CEO*
_intan, dhani, sakti, ovie, pewe, mida, triska, h
eri, dan iyans_ maksih buat persahabatan kitan selama ini. Gak lengkap rasanya hidup ini klo gak ada gank Rempong Ranger ini..heheheh, juga ada *_viya, yoga, anin, deni, ugik, anggi, ilham dll mkasih*

adek-adekku buat semangat dan dorongan kalian selama ini.

✓ *Keluarga besar DSLR Cinematography Indonesia (DCI) Reg Yogyakarta,* makasih buat ilmu dan sharing pengalamannya selama kita kenal. Ejekaan, kibulan, ketawa ngakak bareng, kere yoo barneq2, produksi n motret brq..lengkap deh pkoknya.

✓ *Temen-temen Bekisar Moving Pictures* —mas yusak, mas eko, mas kern n mas *fajar*— makasih ya udah ngebolehin aku gabung di sana. Selalu aku jadi bahan

ejekan kalian, tp kalo rapat giliran aku yg marahin kalian..heheh.. Mkasih buat pembelajaran n nasehat-nasehat besarnya selama ini yah ☺

✓ *Keluarga besar Ilmu Komunikasi UMY angkatan 2008.* Kalianlah cerita lucu n nggemesin buat anak cucu nanti. Terimakasih buat pertemenan kita selama ini.

✓ *Sahabatku tersayang _Kak Kiky_* yang kita dibilang kembar waktu SMA. Makasih bgt ya kak udah jadi temen segala-galanya deh. Ribut bareng ma

ketawa bareng udah kita alamin brg2 yah



✓ *Temen-temen 3E SMP 2 Bengkulu angkatan 2002 (kalo ga salah..hehe)*
—ririe, andra, ugie, she, riang, figo, chevy, niaga ranofra, teh rina, jevi, bang khai, andi dll—

Gokil yah kita masih bisa selalu aja bareng-bareng kalo pas lg di Bengkulu brg gtu. Setiap lebaran selalu aja kumpu n cerita baru dr kalian. Makasih buat pertemanan dan persaudaraan kita selama ini. Tiada Duanya deh!! Sukses buat kita semua ya ☺

✓ *Temen-temen Exotic SMANSA*

Bengkulu yang ga bisa aku sebutin satu per satu, ada

aini, ulfa, ivon, ikhlas, nora, putri, melia, ade, bang rio, rioka, ery, dll deh Mkasih ya

temen-temenku buat cerita perjuangan kita sampai saat ini. Selalu ingin nampilin klo kita selalu solid n kompak ☺

✓ *Temen-temen PCC*

_thasa, dea, ute, ami, riki, anggie

biawak, anggi cimenk, moks, oya, ade_ maaf klo ada yg belum disebut yang tak akan pernah lekang oleh waktu..hehehe

- ✓ *Mbak Icha n Om Ben* yang selalu yd kompor b;edug..heheh..tapi makasih banget ya mbak n om buat dukungan n cerita-cerita kerennya selama ini.
- ✓ *Temen-temen Example Video _mas gari, alip, chandra, mbk ita, n mas andre (penyusup ni)_* yang selalu kasih cerita-cerita lucu n unik. Maksih buat sharing filmnya yah.
- ✓ *Temen-temen IK 07 UMY _mas uya, mas rio, mas yusril, mas hoho, mas kamil, mas adit, mb maya_* makasih udah jadiin aku adek buat kalian yang sellau

*kasih support n nasehat-nasehatnya. Juga
ahsan, chandra, ry, hasto, gimbal dll*

- ✓ *Temen-temen semua yang hadir dalam hidup
aku n berperan di kehidupanku, yang ga bisa
aku sebutin satu persatu karena pasti bakal
panjang banget ☺ thanks all.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, syukur Alhamdulillah setingkat lebih tinggi dari puncak nubuat kehadiran *illahi rabbi* yang melimpahkan segala rakhmat dan hidayah- Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dialah rabb-ku Sang Maha Wahhab tempat aku memohon dalam setiap kerisauan dan Engkau memberikan nikmat disetiap tengadah tangan dan lubuk ini. Demikian pula sholawat serta salam semoga selalu tercurah dan menjadi panutan amal manusia dalam menempuh dan meraih kebahagiaan Dunia dan Akhirat.

Adapun judul skripsi yang telah penulis susun adalah “STRATEGI PROMOSI X-CODE FILMS DALAM PROGRAM “TV WEB SERIES” MELALUI SOCIAL MEDIA NETWORKING”. Penulisan skripsi ini

dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan oleh X-Code Films dalam tayangan unggulannya program TV Web Series melalui *social media networking*.

Skripsi ini disusun guna melengkapi sebagian dari syarat-syarat yang diperlukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom), Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta partisipasi dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dari itu dalam kesempatan ini dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya, khususnya kepada :

1. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bantuan, masukan, arahan, bimbingan dan pengetahuan serta telah banyak meluangkan waktu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Budi Dwi Arifianto., S.Sn., M.Sn. selaku Dosen Penguji I, terimakasih telah meluangkan waktu untuk menguji, memberikan masukan, kritikan dan sarannya.

4. Bapak Fajar Junaedi, S.sos., M.Si selaku Dosen Penguji II, terimakasih atas waktunya, memberikan masukan, kritik dan bantuannya sehingga tugas akhir ini dapat disebut sebagai skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terimakasih untuk ilmu yang telah diberikan kepada Penulis.
6. Kepada Founder dan Creative Director Program X-Code Films yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk bantuannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya saran maupun kritik bagi pembelajaran dikemudian hari.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 27 Desember 2012

Yuli Hestina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR BAGAN

DAFTAR GAMBAR

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang..... 1

B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. KERANGKA TEORI.....	14
1. Strategi promosi <i>online</i>	16
2. Bauran promosi <i>online</i>	28
3. <i>Social Media Networking</i> sebagai media promosi	36
F. METODOLOGI PENELITIAN.....	48
1. Jenis Penelitian.....	48
2. Lokasi Penelitian.....	49
3. Teknik Pengumpulan Data.....	49
4. Sumber Data.....	51
5. Teknik Analisis Data.....	52
6. Teknik Keabsahan Data.....	55

BAB II : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. SEJARAH PERKEMBANGAN X-CODE FILMS.....	58
B. FILOSOFI LOGO.....	60
C. SEGMENTASI.....	60
D. VISI DAN MISI.....	61
E. KANTOR X-CODE FILMS.....	61
F. PRODUCT KONWLEDGE.....	61
G. STRUKTUR ORGANISASI X-CODE FILMS.....	73

BAB III : SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA.....	76
1. Perencanaan Stratetegi Promosi Online TV Web Series.....	80
2. Implementasi Strategi Promosi Online TV Web Series.....	102
B. PEMBAHASAN.....	142

BAB IV : PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	178
B. SARAN.....	181

DAFTA PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1..... 125

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi X-Code Films.....	73
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Penonton.....	8
Gambar 3.1 Video Series Di Youtube X-Code Films.....	77
Gambar 3.2 TV Web Series X-Code.....	85
Gambar 3.3 Video Serial Toni Blank Show.....	103
Gambar 3.4 Video Serial Romantic Night	105
Gambar 3.5 Pemanfaatan Youtube sebagai Media Promosi TV Web Series.....	117
Gambar 3.6 Grafik Penonton Berdasarkan Demografinya.....	120
Gambar 3.7 Grafik Jumlah Penonton Berdasarkan Negara.....	122
Gambar 3.8 Video Serial di- <i>share</i> Melalui Facebook.....	127
Gambar 3.9 Video Yang di- <i>share</i> Melalui Facebook.....	128

Gambar 3.10 Hasil Sharing ke Penonton Lain dan Komentar.....	129
Gambar 3.11 Postingan dari penonton ke Penonton Lain dan Komentar.....	130
Gambar 3.12 Video Serial di-share Melalui Twitter.....	132
Gambar 3.13 Komentar dari Follower di Akun Twitter.....	133
Gambar 3.14 Jumlah Penonton dan Pengikut di Youtube.....	138

ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Yuli Hestina
20080530078**

**Strategi Promosi X-Code Films Dalam Program “TV Web Series” Melalui
*Social Media Networking***

Tahun Skripsi : 2012 + 182 halaman

Daftar Pustaka : 23 buku cetak + 6 sumber lainnya

X-Code merupakan rumah produksi yang berada di Yogyakarta dan salah satu rumah produksi yang sudah tidak lagi melakukan promosi bersifat konvensional, tetapi memanfaatkan proses promosi di dunia maya yaitu melalui tayangan Program TV Web Series. Program TV Web Series X-Code Films merupakan tayangan yang terbentuk dari ide pemikiran dan gagasan tim produksi kemudian dikemas dalam bentuk video *series* berdurasi 5 menit dan terdiri dari beberapa episode, yang ditayangkan secara rutin setiap minggunya secara berkala melalui Youtube (media sosial), Facebook dan Twitter. Oleh karena itu, peneliti berusaha mendeskripsikan strategi promosi X-Code Films dalam program “TV Web Series” melalui *social media networking*, serta agar mengetahui fungsi strategi promosi yang dilakukan pihaknya. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain strategi promosi *online*, bauran promosi *online*, dan *social media networking* sebagai media promosi.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan data analisis secara kualitatif. Lokasi penelitian bertempat di X-Code Films yang beralamatkan Jalan Griya Karanganyar Asri G.15 Brontokusuman/Mergangsan

Yogyakarta. Dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan wawancara kepada pemilik X-Code Films selaku Produser dan Founder perusahaan dan Creative Director selaku Sutradara dan Humas/ PR Online serta dilengkapi dengan dokumentasi yang mendukung penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi dalam program “TV Web Series” telah dijalankan selama lima tahun dari saat 8 tahun X-Code berdiri, dengan mengangkat tema di setiap episodenya. Konsep dari video yang ditayangkan yaitu berbentuk *hardsale* dan *softsale*, di-*upload* melalui Youtube dan di-*share* melalui Facebook dan Twitter dan menunjukkan adanya peningkatan jumlah penonton setiap tayangan serta bentuk kerjasama dari dunia industri video kepada X-Code Films.

Kata kunci : Strategi Promosi, Social Media Networking, Program Web Series

ABSTRACT

**MUHAMMADIYAH UNIVERISTY OF YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
DEPARTMENT OF COMMUNICATION SCIENCE
CONCENTRATION OF PUBLIC RELATIONS**

Yuli Hestina

20080530078

Promotion Strategy X-Code Films In Program "Web TV Series" Through Social Media Networking

Thesis Year : 2012 + 182 pages

Bibliography : 23 books + 6 other documentation

X-Code is a production house located in Yogyakarta and one of the production houses that are no longer doing the promotion is conventional, but take advantage of the promotion process in the virtual world is through impressions Program Web TV Series. Program Web TV Series X-Code Films was formed impressions of ideas thoughts and ideas of the production team then packaged in the form of a video series duration ± 5 minutes and consists of a few episodes, which aired regularly every week on a regular basis via Youtube (social media), Facebook and Twitter. Therefore, researcher are trying to describing promotion strategy X-Code Films in the "Web TV Series" through social media networking, and promotion strategy to be aware of the functions performed it. Main theory which used in this research is online promotion strategy, online promotion mix, and social media networking as a promotion media.

The research method which is used descriptive research and qualitative data analysis. The research location is housed in the X-Code Films that addresses