

## 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***

**Tabun 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 film 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  $\pm 5$  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 road Karanganyar Griya Asri G.15 Brontokusuman / Mergangsan Yogyakarta. In collecting the necessary data in this study using interviews to the owner X-Code Films as Producer and Founder and Creative Director of the company as a Director and Public Relations / Online PR and comes with documentation to support the research. These results indicate that the promotion strategy in the "Web TV Series" has run for five years from 8 years X-Code stands, with the theme in each episode. The concept of the video that aired the form hard sale and soft sale, upload process through Youtube and shared via Facebook and Twitter and show an increase in the number of spectators each impression and the cooperation of the video industry to X-Code Films.

**Keywords: Promotion Strategy, Social Media Networking, Web Series  
Program**