

**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

**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-

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 rahmat 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- <i>share</i> Melalui Twitter.....	132
Gambar 3.13 Komentar dari Follower di Akun Twitter.....	133
Gambar 3.14 Jumlah Penonton dan Pengikut di Youtube.....	138