

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada bidang media membuat posisi stasiun televisi pada posisi pertama dalam mendapatkan porsi iklan. Jumlah stasiun televisi yang bertambah banyak sejak kehadiran stasiun televisi TVRI pada tahun 1962 membuat stasiun televisi baru berlomba-lomba untuk mendapatkan pengiklan seperti yang diketahui bahwa penghasilan terbesar perusahaan media khususnya televisi adalah dari iklan. Oleh karena itu perlunya strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) sebagai langkah strategis dalam menyusun komponen terbaik pemasaran sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dan sasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai elemen bauran pemasaran jasa yang dikenal dengan 7P yaitu *product, place, price, promotion, process, people* dan *physical evidences* untuk menarik minat pengiklan (klien).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Peneliti memilih PT. Net Mediatama Indoensia (NET TV) sebagai objek penelitian melihat fenomena saat ini NET TV sebagai televisi yang baru berusia dua tahun namun dapat mengalahkan rating televisi swasta yang lebih dahulu mengudara.

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan berdasarkan masing-masing elemen bauran pemasaran. Produk utama NET TV adalah program *on-air* yang dikepalai oleh dua divisi utama yaitu *news* dan *production*. Harga yang diberikan NET TV kepada klien berpacu pada *rate card* dan harga tersebut dapat dinegosiasi. Promosi yang dilakukan NET dengan cara menginformasikan perkembangan perusahaan. Proses yang dilewati agar iklan dapat tayang di televisi, pertama adalah pihak perusahaan bertemu dengan klien, ketika *deal* divisi *sales and marketing* akan memberikan materi iklan ke *traffic*. Partisipan atau karyawan yang bertanggungjawab untuk mencari pengiklan adalah karyawan pada divisi *sales and marketing* dan juga dibantu pihak *news* atau produksi apabila klien meminta iklan *build in*. Bukti fisik yang dimiliki NET yaitu seragam, id card, mobil operasional.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), Iklan, Pengiklan, Televisi