



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI IKLAN KANAL YOUTUBE ULTRAMAN INDONESIA RTV**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**(S.I.Kom)**

**Iqbal Nur Abdullah**

**NPM. 183112351650418**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2022**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

***ADVERTISING STRATEGY OF ULTRAMAN INDONESIA RTV YOUTUBE  
CHANNEL***

**SKRIPSI**

***Asked to fulfil part of the terms to obtain a Bachelor of Communication Studies***

**(S.I.Kom)**

**Iqbal Nur Abdullah**

**NPM. 183112351650418**

***FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCES***

***DEPARTMENT OF COMMUNICATION STUDIES***

**2022**

## PENGESAHAN SKRIPSI



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**JAKARTA**

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Iqbal Nur Abdullah  
Npm : 183112351650418  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Iklan Kanal Youtube Ultraman Indonesia RTV  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional Jakarta.

Disetujui untuk disahkan,

Jakarta, 18 September 2022

Dosen Pembimbing

Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds.

Dekan



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

## PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### FORMULIR 4

#### PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Iqbal Nur Abdullah  
NPM : 183112351650418  
Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Periklanan  
Judul Skripsi : STRATEGI IKLAN KANAL YOUTUBE ULTRAMAN  
INDONESIA RTV

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 29 Agustus 2022, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 3 September 2022

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Penguji I : Nursatyo, S.Sos., M.Si

Penguji II : Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds

#### Keterangan :

- \*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**



Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Iqbal Nur Abdullah  
NPM : 183112351650418  
Judul Skripsi : Strategi Iklan Kanal Youtube Ultraman Indonesia RTV

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 13 September 2022  
Yang membuat pernyataan,

  


Iqbal Nur Abdullah

## KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian berjudul “Strategi Iklan Kanal Youtube Ultraman Indonesia RTV”. Proposal penelitian ini diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan hingga sampai penyusunan skripsi ini sangat sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. El Amry Bermawi Putra, M.A, selaku rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Drs. Adi Prakoso, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Yulianto Hadiprawiro, S.Sn, M.Ds, selaku Dosen pembimbing peneliti yang telah memberikan saya motivasi dan juga membantu mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi.
7. Kepada seluruh dosen, staf, dan karyawan Jurusan Administrasi Publik yang

selalu memberikan ilmu selama masa perkuliahan.

8. Terimakasih kepada tim *Digital Content RTV* yang sudah mau meluangkan waktu untuk membantu dalam pemberian informasi dan juga data untuk keperluan skripsi ini
9. Semua teman-teman konsentrasi periklanan yang sudah saling membantu satu sama lain selama perkuliahan dan juga pada saat pengerjaan skripsi.



Jakarta, 11 Agustus 2022

Penyusun,

Iqbal Nur Abdullah

## ABSTRAK

Nama : Iqbal Nur Abdullah

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Iklan Kanal Youtube Ultraman Indonesia RTV

|   |  |
|---|--|
| <b>Kata Kunci:</b><br>Desain layout,<br><i>Teaser</i> ,<br><i>Shorts</i> ,<br>Adegan aksi,<br>Pesan moral | Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi iklan kanal Youtube Ultraman Indonesia RTV. Rajawali Televisi memiliki penurunan rating dalam penyiaran televisi analog, maka ada usaha untuk meningkatkan kesadaran konsumen khususnya terhadap program akuisisi yang memiliki banyak peminat yaitu Ultraman melalui sosial media yang sedang meningkat pada saat ini. Sosial media yang dituju adalah Youtube dan juga Tiktok yang sedang banyak pengguna pada saat ini. Teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre levy digunakan di dalam penelitian ini untuk menjabarkan tentang kemunculan sosial media pada saat ini, dan pemanfaatan oleh Rajawali Televisi untuk mempromosikan program akuisisinya dengan bentuk dan format yang sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini berupa kumpulan potongan adegan seperti <i>teaser</i> ataupun <i>shorts</i> video yang sudah dipilih dan dijabarkan isi pesan yang terdapat di dalam adegan tersebut, ada yang berisikan adegan aksi untuk membuat kagum penonton, dan ada juga adegan yang berisikan pesan moral yang memiliki arti seperti pesan yang bermakna ataupun juga berisi adegan yang bisa membuat konsumen merasa kagum. Diharapkan konsumen dapat mengetahui bahwa Rajawali Televisi memiliki program yang bagus dan memiliki pesan yang dapat disaksikan, dan juga pihak dari tim digital content Rajawali Televisi dapat mengembangkan lagi strategi yang sudah ada sehingga dapat meningkatkan lagi kesadaran konsumen tentang program akuisisi yang ada di Rajawali Televisi. |
| Pembimbing  | Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds,   |



## **ABSTRACT**

*Name* : Iqbal Nur Abdullah  
*Study Program* : *Communication Studies*  
*Title* : *Advertising Strategy Of Ultraman Indonesia RTV Youtube Channel*

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Key Word:</b><br/><i>Layout Design,</i><br/><i>Teasers,</i><br/><i>Shorts,</i><br/><i>Action Scene,</i><br/><i>Moral Message</i></p> | <p><i>This study aims to determine the advertising strategy of the Ultraman Indonesia RTV Youtube channel. Rajawali Television has decreased its rating in analog television broadcasting, so there is an effort to increase consumer awareness, especially of the acquisition program that has many enthusiasts, namely Ultraman through social media which is currently increasing. The social media targeted are Youtube and also Tiktok which are currently being used by many users. The new media theory developed by Pierre levy is used in this research to describe the emergence of social media at this time, and the use by Rajawali Televisi to promote its acquisition program in a predetermined form and format. This study used descriptive qualitative method. The results of this study are in the form of a collection of scene pieces such as teasers or video shorts that have been selected and described the contents of the messages contained in the scene, some contain action scenes to amaze the audience, and there are also scenes that contain moral messages that have meanings such as messages conveyed by the audience. meaningful or also contains scenes that can make consumers feel amazed. It is hoped that consumers will know that Rajawali Televisi has a good program and has a message that can be seen, and also that the digital content team of Rajawali Televisi can further develop existing strategies so as to increase consumer awareness about the acquisition program in Rajawali Televisi.</i></p> |
| <p><i>Lecturer</i></p>   | <p>Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds,</p>   |

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>                     | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....</b>           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>         | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                          | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                 | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                              | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                            | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                           | <b>xi</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                       | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Latar Belakang .....</b>                     | <b>1</b>    |
| <b>1.1 Rumusan Masalah.....</b>                     | <b>6</b>    |
| <b>1.2 Tujuan Penelitian .....</b>                  | <b>6</b>    |
| <b>1.3 Manfaat atau Signifikasi Penelitian.....</b> | <b>6</b>    |
| <b>1.4 Sistematika Penulisan .....</b>              | <b>7</b>    |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>                   | <b>9</b>    |
| <b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>                | <b>9</b>    |
| <b>2.2 Kerangka Teori.....</b>                      | <b>11</b>   |
| <b>2.2.1 Komunikasi.....</b>                        | <b>11</b>   |
| <b>2.2.2 Media Massa.....</b>                       | <b>24</b>   |
| <b>2.2.2 Strategi.....</b>                          | <b>27</b>   |
| <b>2.2.3 Iklan .....</b>                            | <b>32</b>   |
| <b>2.2.4 Strategi Iklan.....</b>                    | <b>35</b>   |
| <b>2.2.5 Promosi .....</b>                          | <b>36</b>   |
| <b>2.3 Youtube .....</b>                            | <b>37</b>   |
| <b>2.4 SEO .....</b>                                | <b>38</b>   |
| <b>2.5 Kerangka Pemikiran.....</b>                  | <b>40</b>   |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>          | <b>42</b>   |
| <b>3.1 Pendekatan Penelitian.....</b>               | <b>42</b>   |
| <b>3.2 Penentuan Informan .....</b>                 | <b>43</b>   |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....   | 43        |
| 3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....   | 45        |
| 3.5 Waktu dan Jadwal Penelitian.....   | 46        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>48</b> |
| 4.1 Sejarah Perusahaan.....  | 48        |
| 4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....  | 48        |
| 4.1.2 Digital Content .....  | 49        |
| 4.2 Bentuk Promosi Program Akuisisi Oleh Tim <i>Digital Content</i> Melalui Sosial Media ..... | 51        |
| 4.2.1 Pandangan Interaksi Sosial.....  | 54        |
| 4.2.2 Pandangan Integrasi Sosial .....   | 75        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>  | <b>81</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 81        |
| 5.2 Saran-Saran .....  | 83        |
| 5.2.1 Saran Teoritis.....  | 83        |
| 5.2.2 Saran Praktis.....   | 83        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>85</b> |



## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan... ..                     | 9  |
| Tabel 3.1 Keterangan Kegiatan dan Periode Penyusunan Skripsi... ..    | 47 |
| Tabel 3.2 Nomor Kegiatan dan Periode Penelitian .....                 | 48 |
| Tabel 4.1 Pemilihan Adegan <i>Teaser</i> Ultraman Indonesia RTV... .. | 66 |
| Tabel 4.2 Pemilihan Adegan <i>Shorts</i> Ultraman Indonesia RTV... .. | 70 |
| Tabel 4.3 Pemilihan Adegan <i>Shorts</i> Ultraman Indonesia RTV ..... | 78 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 4.1 Kanal Youtube Ultraman Indonesia RTV .....                    | 54 |
| Gambar 4.2 <i>Teaser</i> Ultraman.....                                   | 54 |
| Gambar 4.3 Video <i>Shorts</i> Ultraman .....                            | 55 |
| Gambar 4.4 Kanal Youtube Ultra Kousen ID.....                            | 56 |
| Gambar 4.5 Kanal Youtube Ultraman Indonesia... ..                        | 57 |
| Gambar 4.6 Jadwal Unggahan Setiap Minggunya Pada Bulan Januari 2022...58 |    |
| Gambar 4.7 Gambar Salah Satu Grup Tokusatsu Indonesia.....               | 60 |
| Gambar 4.8 Gambar Salah Satu Grup Ultraman Fans Club Indonesia .....     | 61 |
| Gambar 4.9 Gambar Salah Satu Grup Ultraman Fans Indonesia.....           | 61 |
| Gambar 4.10 Gambar Kumpulan Grup Ultraman.....                           | 62 |
| Gambar 4.11 Komentar pada kanal Youtube Ultraman Indonesia RTV.....      | 75 |
| Gambar 4.12 Akun TikTok Langitrtv .....                                  | 77 |
| Gambar 4.13 Bentuk Video Ultraman Pada Tiktok Langitrtv.....             | 78 |

