



**STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR MEDIA INDONESIA DI EDISI
KHUSUS RAMADHAN DALAM MENDAPATKAN KLIEN PEMASANG
IKLAN DI TAHUN 2013**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing
Communication And Advertising**

Disusun Oleh :

Dodi Hegel Februano

44309010094

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR MEDIA
INDONESIA DI EDISI KHUSUS RAMADHAN DALAM
MENDAPATKAN KLIEN PEMASANG IKLAN DI
TAHUN 2013

Nama : Dodi Hegel Februano Simanungkalit
NIM : 44309010094

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Juni 2014

UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA
Pembimbing

(Berliani Ardha, SE, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR MEDIA
INDONESIA DI EDISI KHUSUS RAMADHAN DALAM
MENDAPATKAN KLIEN PEMASANG IKLAN DI
TAHUN 2013

Nama : Dodi Hegel Februno Simanungkalit

NIM : 44309010094

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, Juni 2014
Mengetahui,

1. KETUA SIDANG

(A.Rahman, M.Si)


(.....)


2. PENGUJI AHLI

(Razie Razak, M.ikom)


(.....)

3. PEMBIMBING SKRIPSI

(Berliani Ardha, SE, M.Si)


(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR MEDIA
INDONESIA DI EDISI KHUSUS RAMADHAN DALAM
MENDAPATKAN KLIEN PEMASANG IKLAN DI
TAHUN 2013

Nama : Dodi Hegel Februano Simanungkalit

NIM : 44309010018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Juni 2014

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Berliani Ardha, SE, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Allah SWT, setelah melalui perjuangan yang sangat melelahkan secara fisik dan mental, akhirnya skripsi yang berjudul “Strategi promosi Media Indonesia di edisi khusus ramadhan dalam mendapatkan klien pemasangan iklan ditahun 2013” ini dapat penulis selesaikan.

Penulis menyadari betul bahwa dalam tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan tidak sedikit tantangan dan kesulitan serta pengalaman tersendiri yang tak akan terlupakan, oleh karenanya penulis masih membutuhkan banyak masukan baik itu dari kritik maupun saran.

Dalam tugas akhir ini penulis mencoba meneliti bagaimana “Strategi promosi Media Indonesia di edisi khusus ramadhan dalam mendapatkan klien pemasangan iklan ditahun 2013”. Selesai tugas akhir ini tidak terlepas berkat bantuan, dorongan, pengalaman dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala rasa hormat dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Berliani Ardha SE. MSi, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar selalu memberi masukan, solusi dan semangat bagi penulisan skripsi ini.
2. Kedua orang tua, Dowal Sihol Simanungkalit dan Cordina, terima kasih atas dukungan berupa finansial, motivasi dan doa yang selama ini diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

3. Ibu Metavia dan Bapak Natsir Tanjung yang berkenan memberikan tempat tinggal selama penulis melakukan perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Rineka, Bapak Wendy, Bapak Trita Pramada dan Ibu Rahmita Saleh yang berkenan untuk berbagi informasi dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh staf Media Indonesia khususnya divisi Marketing support yang membantu penulis mendapatkan data serta informasi.
6. Teman-teman di Universitas Mercu Buana dan “Sahabat Marcomm” angkatan 2009 dan 2010.
7. Yuta Pratama, Ivan Sitohang, Diandra Herdi, Sendy Denis, M.Akbar Rachman, Dini Mardiani, Heru Kurniawan, Christoporus Hariadi dan Ahmad Turtusi yang mendukung penulis baik dari segi motivasi, doa serta segala bantuan yang diberikan.
8. Bang Timur, Bang Yansa Nova, Bang Anton, Octa Syapriyansa serta teman-teman dirumah yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
9. Orang-orang yang telah hadir dalam hidup penulis


Akhir kata penulis berharap, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan semua pihak yang memerlukannya. Terima kasih

Jakarta, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Skripsi	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar isi	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakan.....	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.4.3 Manfaat Sosial.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	12
2.2 Komunikasi Sebagai Pemasaran.....	13
2.3 Komuniasi Pemasaran terpadu.....	15
2.4 Komunikasi Pemasaran Bisnis Ke Bisnis.....	16
2.5 Analisa SWOT.....	17

2.6 Identifikasi Pasar.....	18
2.6.1 Segmentasi.....	18
2.6.2 Targeting.....	20
2.6.3 Positioning.....	21
2.7 Bauran Pemasaran.....	21
2.8 Promosi.....	23
2.8.1 Bauran Promosi.....	26
2.8.1.1 Iklan.....	27
2.8.1.2 Direct Marketing.....	29
2.8.1.3 Pemasaran Interaktif.....	30
2.8.1.4 Promosi Penjualan.....	31
2.8.1.5 Hubungan Masyarakat.....	32
2.8.1.6 Penjualan Personal.....	33
2.9 Jenis Iklan Surat Kabar.....	34
 UNIVERSITAS MERCU BUANA	
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma	37
3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Subyek Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1 Data Primer	39
3.3.2 Data Sekunder	40
3.5 Teknik Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum objek penelitian.....	42
4.1.1 Visi Misi Perusahaan.....	45
4.1.2 Arti dan Filosofi Logo Media Indonesia.....	46
4.1.2.1 Ulasan Mengenai Logo.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Bauran Promosi.....	48
4.3 Pembahasan.....	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran akademis.....	68
5.2.2 Saran Praktis.....	68

Daftar Pustaka

Lampiran



DAFTAR LAMPIRAN

Surat Penelitian dari Media Indonesia

Draf wawancara narasumber

Program edisi khusus ramadhan Media Indonesia Tahun 2013

Profil Media Indonesia

Tarif Iklan Media Indonesia Tahun 2014

Contoh Paket Iklan Ramadhan 2013

