



**MERCU BUANA UNIVERSITY
POSTGRADUATE
MASTER OF COMMUNICATION SCIENCE
MARKETING COMMUNICATION**

Name : Rini Dianti Fauzi
NIM : 55210120069
Degree : Postgraduate (Master Degree)
Major : Communication
Consentrate : Marketing Communication
Thesis : Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Republika Untuk Menciptakan Kepuasan Kepada Pelanggan
First Supervisor of Thesis : Dr. Prima Mulyasari, M.Si
Secondary Supervisor of Thesis : Dr. Heri Budianto, M.Si
Bibliography : 122 pages, 6 charts, 8 tables and attachments

ABSTRACT

Currently the presence of online media drive to the conventional media (especially print media/ newspaper) should be more creative. Where the social media offers the option and new life style for readers to enjoy the information quickly and instantly. Therefore, communication strategy have to be developed intensively by media companies to ensure a customer satisfaction. For conventional media companies, this effort is important to maintain customer loyalty.

The objective of this research is to define the marketing communications strategy and implementation of the elements of integrated marketing communications. The object of research is Harian Republika (as one of nationwide print media).

In order to achieve the goal of research, case study method use data collection techniques: interview and documentation.

Generally, the result of research on Harian Republika indicate that the marketing communication strategy using the conventional and basic marketing communication elements. This indicates the relation between the patterns of conceptual theory relevant to the patterns of findings of the case study, the use of marketing communication strategy based on customer needs. There are strength and weakness factors in implementing strategic marketing communications Harian Republika.

In conclusion, media company should be more innovative and creative in apply marketing communication strategies, in order to adapt and meet the customer needs.

Key Words : Print Media, Marketing Communication Strategy, Cusstomer Satisfaction



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MARKETING COMMUNICATION**

Nama : Rini Dianti Fauzi
NIM : 55210120069
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Marketing Communication
Tesis : Strategi Komunikasi Pemasaran Harian Republika
Untuk Menciptakan Kepuasan Kepada Pelanggan
Pembimbing I : Dr. Prima Mulyasari, M.Si
Pembimbing II : Dr. Heri Budianto, M.Si
Bibliografi : 122 Halaman, 6 Gambar, 8 Tabel dan lampiran

ABSTRAK

Kehadiran media sosial pada saat ini membuat media cetak harus lebih kreatif lagi. Dimana media sosial menawarkan pilihan dan gaya hidup baru bagi pembaca dalam menikmati arus informasi yang cepat dan seketika. Oleh karena itu diperlukan strategi komunikasi yang bisa memberikan kepuasan kepada pelanggannya untuk loyal kepada media cetak khususnya Republika sebagai media nasional.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas strategi komunikasi pemasaran dan penerapan dari elemen-elemen komunikasi pemasaran terpadu, dengan obyek penelitian Harian Republika.

Guna mencapai pembahasan strategi tersebut, digunakan metode penelitian kasus dengan tehnik pengumpulan data : wawancara dan dokumentasi

Hasil Penelitian secara umum menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Harian Republika masih menggunakan prinsip dasar elemen komunikasi pemasaran konvensional. Hal ini menunjukkan kesesuaian antara pola-pola konseptual teori yang relevan dengan pola-pola temuan studi kasus. Penggunaan strategi komunikasi pemasaran didasarkan kepada kebutuhan pelanggan. Dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran Harian Republika ada faktor pendukung dan faktor penghambat.

Pada kesimpulan, dalam mengelola media cetak seyogya nya terus melakukan inovasi-inovasi baru dan kreatif dalam melakukan strategi komunikasi pemasaran agar bisa menyesuaikan dengan perkembangan jaman dan bisa memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci : Media Cetak, Strategi Komunikasi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan