



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

Nama : Muchamad Ibrahim
Nim : 44310110028
Judul : Strategi Promosi Koran Harian Gratis Suluh Indonesia-Bisnis Jakarta Dalam
Menjaring Pengiklan Tahun 2012
Bibliografi : 12 bahan bacaan (2000 - 2011)

ABSTRAKSI

Persaingan surat kabar dewasa ini semakin kompetitif. Pelbagai nama surat kabar hadir di tengah pembaca setianya. Perusahaan yang bergerak di bidang surat kabar penting melakukan strategi promosi agar bisa tertuju ke khalayak pembaca. Untuk itu, tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan secara keseluruhan mengenai Strategi Promosi Koran Harian Gratis Suluh Indonesia-Bisnis Jakarta Dalam Menjaring Pengiklan Tahun 2012.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penggambaran yang dicetuskan oleh Morrisson, diantaranya sistem terpusat (*centralized system*) yang berarti semua kendali dan keputusan berada pada seseorang, sistem manajemen merek (*desentralized system*) untuk diterapkan di perusahaan yang memasarkan banyak merek produk dan sistem biro iklan terpisah yang berada di dalam perusahaan dan dimiliki perusahaan (*in house agency*).

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif pada studi kasus. Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) orang berasal dari pihak internal dan eksternal perusahaan. Teknik analisis data yang dipakai sendiri menggunakan logika induktif-abstraktif yakni suatu logika yang bertitik tolak dari khusus ke umum. Perolehan data berasal dari proses wawancara, studi literatur dan pengamatan secara langsung.

Hasil penelitian ini menggunakan teori sistem terpusat (*centralized system*) dimana peran seorang Grand Manajer menjadi titik sentral dalam memberikan informasi dan tugas kepada bawahannya. Kesimpulan hasil penelitian dalam pelaksanaan strategi promosi yang telah difungsikan, terbukti dapat meyakinkan para pengiklan untuk mempercayakan Suluh Indonesia-Bisnis Jakarta sebagai media promosi kepada masyarakat luas