



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH UMMI
(PT. INSAN MEDIA PRATAMA) DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PERIODE TAHUN 2012**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Komunikasi

Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Disusun Oleh:

Yudith Pradita

44309010037

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yudith Pradita
NIM : 44309010037
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Ummi
(PT. Insan Media Pratama) Dalam Meningkatkan Penjualan
Periode Tahun 2012.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

(Berliani Ardha, S.E. M.Si.)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Yudith Pradita
NIM : 44309010037
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Ummi
(PT. Insan Media Pratama) Dalam Meningkatkan Penjualan
Periode Tahun 2012.

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2013

Ketua Sidang

Dicky Andika, S.Sos., M.Si

(.....)

Penguji Ahli

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

(.....)

Pembimbing

Berliani Ardha, SE., M.Si.

(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Yudith Pradita
NIM : 44309010037
Jurusan : Marketing Communication and Advertising
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Ummi
(PT. Insan Media Pratama) Dalam Meningkatkan Penjualan
Periode Tahun 2012.

Jakarta, 14 juli 2013

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing Skripsi

(Berliani Ardha, S.E. M.Si.)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Yoyoh Hereyah, M.Si.)

KATA PEGANTAR

Segala puji dan kesyukuran, zat yang tidak pernah tidur dan tidak mengenal istirahat, Allah *Subhanahu wata'ala*. Atas takdir dan izi-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sesuai dengan harapan. Kemudian shalawat atas manusia terpilih yang menjadi puncak capaian segala peradaban kemanusiaan, Muhammad *Shalallahu'alaihi wassalam*. Banyak pihak yang berperan penting dalam menyelesaikan skripsi berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah UMMI (PT. Insan Media Pratama) Dalam Meningkatkan Penjualan Periode Tahun 2012" ini. Penulis ingin menghadiahkan rasa hormat dan terima kasih kepada mereka:

1. Dosen Pembimbing, Ibu Berliani Ardha, S.E., M.Si. yang memberi kepercayaan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si
3. Ketua Sidang Marketing Communication and Advertising, Bapak Dicky Andika, S.Sos., M.Si
4. Penguji ahli Marketing Communication and Advertising, Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si
5. Pimpinan Redaksi Majalah Ummi, Ibu Meutia Geumala, yang telah

mendorong penulis untuk terlibat dalam penelitian tentang majalah UMMI.

6. Pimpinan Marketing Communication and Advertising Majalah Ummi, Bapak qodrat yang telah mendorong penulis untuk terlibat dalam penelitian tentang majalah UMMI.
7. Suvervisor Iklan Majalah Ummi Ibu Yulianah yang telah mendorong penulis untuk terlibat dalam penelitian tentang majalah UMMI.
8. Pembaca setia majalah Ummi Ibu sophia.
9. Ayahanda dan Ibunda, Pujiono dan Nila Sari, sumber inspirasi dan motifasi hidup saya, yang selalu setia mendoa'kan saya setiap saat, bersama adik-adik: Wafi Prilian Gifari dan Arjuna Rizky Kurnia.
10. Nenek (Uci), Bunda, Mandeh, Om iyus.
11. Ramdi Kurniawan, seseorang yang selalu memberikan saya semangat dan motifasi, yang selalu mengingatkan saya untuk terus mengerjakan skripsi hingga selesai.
12. Teman-teman jurusan Marketing Communication and Advertising, dan jurusan Psikologi: Novia, Bernadeta, Fitria (Acil).

Mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini, terselip salah dan khilaf di sana-sini. Hanya kepada Allah swt, kita mengembalikan segala urusan.

Jakarta, 17 Maret 2013

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN		
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA		
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Definisi Komunikasi	8
2.1.2 Unsur Komunikasi	9
2.1.3 Fungsi Komunikasi	11
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.2.1 Segmentasi	14
2.2.2 Targeting	15
2.2.3 Positioning	16
2.3 Analisis SWOT	17
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	18
2.4.1 Iklan	19
2.4.2 Promosi Penjualan	21
2.4.3 Sponsorship (acara khusus dan Pengalaman)	23
2.4.4 Hubungan masyarakat dan Pemberitaan	24
2.4.5 Pemasaran Langsung	27
2.4.6 Penjualan Pribadi	29

2.5	Penjualan	32
-----	-----------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	36
3.2	Metode Penelitian	37
3.3	Fokus Penelitian	38
3.4	Definisi Konsep	38
3.5	Penentuan Narasumber	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data	40
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Sekilas Tentang Majalah Ummi	43
4.2	Visi dan Misi	45
4.3	Struktur Perusahaan	46
4.4	Logo PT. Insan Media Pratama	47
4.5	Logo Majalah Ummi	47
4.6	Hasil Penelitian	47
4.7	Analisis SWOT Majalah Ummi	48
4.8	Analisis STP Majalah Ummi	50
4.9	Tujuan Komunikasi Pemasaran Majalah Ummi	52
4.10	Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Ummi	53
4.11	Bauran Komunikasi Pemasaran Majalah Ummi	58
4.11.1	Iklan	58
4.11.2	Promosi Penjualan	59
4.11.3	Sponsorship	56
4.11.4	Hubungan Masyarakat	60
4.11.5	Pemasaran Langsung	61
4.11.6	Penjualan Pribadi	61
4.12	Pembahasan	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran	73
5.2.1	Saran Akademis	73
5.2.2	Saran Praktis	74

Daftar Pustaka

Lampiran

Biodata

