



**“IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING HARIAN UMUM TANGERANG
EKSPRES DALAM MEMASARKAN RUANG IKLAN PADA TAHUN 2012”**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat kelulusan untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Nama : Inti Handayani Muhtar

NIM :44309010044

Advertising and Marketing Communication

Fakultas Ilmu komunikasi

Universitas Mercubuana

Jakarta

2013



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Inti Handayani Muhtar
NIM : 44309010044
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING
HARIAN UMUM TANGERANG EKSPRES DALAM
MEMASARKAN RUANG IKLAN PADA TAHUN 2012

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(A. Judhie Setiawan, M.Si)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION**

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

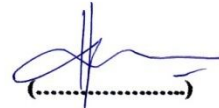
Nama : Inti Handayani Muhtar
NIM : 44309010044
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING
HARIAN UMUM TANGERANG EKSPRES DALAM
MEMASARKAN RUANG IKLAN PADA TAHUN 2012

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

1. KETUA SIDANG

(Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom)


(.....)

2. PENGUJI AHLI

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


(.....)

3. PEMBIMBING SKRIPSI

(A. Judhic Setiawan M.Si)


(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Inti Handayani Muhtar
NIM : 44309010044
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul : IMPLEMENTASI PERSONAL SELLING
HARIAN UMUM TANGERANG EKSPRES DALAM
MEMASARKAN RUANG IKLAN PADA TAHUN 2012

Jakarta, Agustus 2013

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing

(A. Juhie Setiawan, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Herayah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* HARIAN UMUM TANGERANG EKSPRES DALAM MEMASARKAN RUANG IKLAN PADA TAHUN 2012”**.

Proses pengerjaan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu, baik dari segi moral maupun material. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang membantu:

1. Bapak A. Judhie Setiawan, M.Si. Selaku dosen pembimbing yang menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan pengarahan, serta motivasi kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik
2. Ibu Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom, selaku Sekertaris Bidang Studi Advertising and Marketing Communication dan sebagai ketua sidang akhir yang mengarahkan penulis untuk menyelesaikan hasil revisi skripsi.
3. Ibu Berliani Ardha, S.E., M.Si sebagai penguji ahli sidang akhir penulis, yang mengarahkan penulis untuk menyelesaikan hasil revisi skripsi.

4. Kepada ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Advertising and Marketing Communication.
5. Bpk Ifan Roughbi selaku *Manager marketing and Advertising* dari Harian Umum Tangerang Ekspres, yang sudah menyediakan waktu untuk melakukan wawancara.
6. Ibu Aan Kusmayanti dan bapak Sudrajat selaku Account Executive dari Harian Umum Tangerang Ekspres atas waktunya karena telah mau meluangkan waktu untuk wawancara.
7. Seluruh Dosen dan Staf pengajar yang telah mendidik dan membimbing penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Mercubuana.
8. Keluargaku Mama dan papa atas kasih sayangnya yang tiada henti mendoakan, mendukung, dan menghibur penulis pada saat proses pembuatan skripsi ini.
9. Teman-teman terbaik: Alin, Puput, Leni, Agus, Risma, Riski, Heru, Syifa, Sisna, Pw, Veris, Umi dan Alex. Terima kasih buat hiburannya dikala penulis sedang gundah.
10. Teman-teman marcomm & advertising 2009 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dalam senang maupun sedih.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena peneliti juga masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi memperbaiki skripsi ini.

Jakarta, 25 Juli 2013

Inti Handayani Muhtar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	8
1.3.Tujuan Penelitian	9
1.4.Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	10
2.1.1. Periklanan	13
2.1.2. Promosi Penjualan.....	15
2.1.3. Hubungan Masyarakat.....	16

2.1.4. Pemasaran Langsung.....	17
2.1.5. Penjualan Tatap Muka.....	18
2.2. Komunikasi Antar Pribadi.....	18
2.3. Strategi Personal Selling	20
2.4. Ruang Iklan	27
2.4.1. Struktur Surat Kabar.....	28
2.4.2. Jenis-Jenis Surat Kabar	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Tipe Penelitian.....	34
3.2. Metode Penelitian	35
3.3. Narasumber Penelitian	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1. Data Primer	37
3.4.2. Data Sekunder	37
3.5. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	38
3.5.1. Definisi Konsep.....	38
3.5.2. Fokus Penelitian	38
3.6. Teknik Analisis Data.....	39
3.7. Teknik Keabsahan Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Sekilas Tentang Harian Umum Tangerang Ekspres	41
4.1.1. Profil Perusahaan.....	43
4.1.2. Struktur Organisasi	43
4.1.3. Frekuensi Penerbitan.....	44
4.1.4. Spesifikasi Produk	44

4.1.5. Harga iklan	45
4.2. Hasil Penelitian.....	45
4.2.1. Identifikasi Lingkungan Komunikasi Pemasaran.....	46
4.2.2. Perumusan Implementasi Personal Selling	48
4.2.3. Implementasi Program Personal Selling	50
4.2.3.1. <i>prospecting for customer</i>	51
4.2.3.2. <i>Opening the Relationship</i>	53
4.2.3.3. <i>Qualifying the Prospecting</i>	54
4.2.3.4. <i>Presenting the Sales Massage</i>	55
4.2.3.5. <i>Closing the Sales</i>	57
4.2.3.6. <i>Servicing the Account</i>	60
4.2.4. Evaluasi Terhadap Implementasi Program Personal Selling ..	62
4.3. Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran.....	73
5.2.1. Saran Akademis.....	74
5.2.2. Saran Praktis.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1.1. Advertising expenditure share by type of media (%).....	4
--	---