



**STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR SUARA PEMBARUAN
DALAM MENARIK MINAT PEMBACATAHUN 2013**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communications and Advertising

Disusun Oleh :

Nama : Izharul Fanany

Nim : 44309010086

**Jurusan : Marketing Communication
& Advertising**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Marketing Communications & Advertising

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR SUARA
PEMBARUAN DALAM MENARIK MINAT PEMBACA
TAHUN 2013

Nama : Izharul Fanany

NIM : 44309010086

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 22 Oktober 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Tri Dhiyah Cahyowati, M.Si.)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Marketing Communications & Advertising

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR SUARA
PEMBARUAN DALAM MENARIK MINAT PEMBACA
TAHUN 2013

Nama : Izharul Fanany

NIM : 44309010086

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 22 Oktober 2013

Mengetahui,
Pembimbing

(Dra. Tri Dhiyah Cahyowati, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR SUARA
PEMBARUAN DALAM MENARIK MINAT PEMBACA
TAHUN 2013

Nama : Izharul Fanany

NIM : 44309010086

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 22 Oktober 2013

Ketua Sidang

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



(.....)

Penguji Ahli

SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si.



(.....)

Pembimbing

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.



(.....)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Marketing Communications & Advertising

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR SUARA
PEMBARUAN DALAM MENARIK MINAT PEMBACA
TAHUN 2013

Nama : Izharul Fanany

NIM : 44309010086

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 22 Oktober 2013

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing,

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si.)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Jurusan Marketing Communications & Advertising

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Izharul Fanany

NIM : 44309010086

Program Studi : Marketing Communications & Advertising

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah dan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila nantinya terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 22 Oktober 2013


Izharul Fanany
44309010086

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkankehadirat Allah SWT Yang Maha Kuasa atas segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya, yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapatmenyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Strategi Promosi Surat Kabar Suara Pembaruan Dalam Menarik Minat Pembaca Tahun 2013.”**

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Komunikasi, bidang studi Marketing Communication and Advertising, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Adapun proses yang penulis lalui tidak terlepas dari dukungan orang-orang disekitar yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengungkapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dipersembahkan kepada:

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku pembimbing yang telah berkenan mencurahkan perhatiannya dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik - baiknya.
2. Ibu SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si, yang telah bersedia menjadi penguji ahli di sidang saya dan Ibu Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom, yang telah

bersedia menjadi ketua sidang saya, serta Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku ketua bidang studi Marketing Communication and Advertising yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

3. Seluruh dosen dan staff pengajar program studi Marketing Communication and Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat selama penulis mengikuti perkuliahan.
4. Beritasatu Media Holdings terutama Bapak Budiman Mulyadi selaku Promotion Manager Beritasatu Media Holdings dan Ibu Reancy Triashari selaku Promotion Beritasatu Media Holdings yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi dan memberidata-data yang dibutuhkan untuk melengkapi penelitian ini. Serta tidak lupa Mbak Maria C. Iriani yang telah membantu dalam pengurusan surat-surat yang diperlukan selama penelitian.
5. Staff Tata Usaha FIKOM, terutama Bapak Sam yang telah membantu peneliti untuk membuat surat - surat yang di butuhkan peneliti. Dan seluruh staff perpustakaan UMB yang telah banyak membantu memberikan bahan - bahan yang dibutuhkan penulis untuk perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. Keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan pada penulis, yaitu Ayahanda Drs. H. Hamzah J, Ibunda Hj. Saniah M.Ag, adik-adikku Isfannida Muharni, Audiah Tawakkalni, dan Nur Arafat Hasbi Katmani, serta Kakak Sy. Aida Rulsi dan Bapak H.M Rusli Zainal, M.Pd.

7. Teman-teman penulis Midon, Yoga, Skuad Member Futsal Inhil, dan Juventini Club Indonesia Chapter Tembilahan, terima kasih karena telah memberikan semangat, alhamdulillah akhirnya skripsi saya selesai juga.
8. Keluarga besar Marcomm & Advertising khususnya angkatan 2009, Ono, Pewe, Iqbal, Nanda, Adit, Riko, dan rekan-rekan yang tidak disebutkan namanya, terima kasih atas pemikiran, support dan hubungan baik yang terbina selama ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan penulis juga menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan waktu dan pengetahuan. Oleh karena itu, saran dan kritik membangun sangat diharapkan.

Amin Ya Robal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Jakarta, September 2013

Penulis

Izharul Fanany

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Surat Pernyataan Karya Sendiri	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel dan Gambar	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication / IMC</i>)	10
2.2 Promosi	13
2.2.1 Promosi Sebagai Salah Satu Elemen Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	14
2.2.2 Tujuan Promosi	17
2.3 Strategi Promosi	19
2.3.1 Melakukan review atau kaji ulang terhadap Rencana pemasaran	22
2.3.2 Menganalisa situasi dari program promosi	26
2.3.3 Menganalisa proses komunikasi	36

2.3.4 Penetapan Anggaran	38
2.3.5 Merencanakan program IMC	40
2.3.6 Pengawasan, evaluasi, dan kontrol	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian	51
3.2 Metode Penelitian	52
3.3 Subjek Penelitian / Narasumber	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Data Primer	53
3.4.2 Data Sekunder	54
3.5 Definisi Konsep	54
3.6 Fokus Penelitian	54
3.7 Teknik Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Overview Surat Kabar Suara Pembaruan	58
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Strategi Promosi	61
4.2.1.1 Melakukan <i>review</i> atau kaji ulang terhadap rencana pemasaran	61
4.2.1.2 Menganalisis situasi dari program promosi.....	63
4.2.1.3 Menganalisa Proses Komunikasi	68
4.2.1.4 Penetapan Anggaran	70
4.2.1.5 Merencanakan Program IMC	71
4.2.1.6 Pengawasan, Evaluasi, dan Kontrol.....	77
4.2.1.7 Kendala Yang Dihadapai Dalam Implementasi Strategi Promosi.....	79
4.3 Pembahasan	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Akademis	91
5.2.2 Saran Praktis	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1.1 Surat Kabar di Jakarta	4
Gambar 2.1 Komponen 4P dari Bauran Pemasaran.....	15
Gambar 2.2 Model Perencanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC)	21
Gambar 2.3 Model Proses Komunikasi	33
Gambar 2.4 Elemen-Elemen Bauran Promosi The Promotional Mix: The Tools for IMC	41
Gambar 2.5 <i>Push Strategy</i>	47
Gambar 2.6 <i>Pull Strategy</i>	48
Gambar 4.1 Profil Suara Pembaruan	59
Gambar 4.2 Iklan Suara Pembaruan	75
Gambar 4.3 <i>Goodie Bag</i> Suara Pembaruan	75
Gambar 4.4 <i>Women Empowerment</i>	76
Gambar 4.5 Profil Pembaca Surat Kabar Suara Pembaruan	83