



**STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR SUARA PEMBARUAN  
DALAM MENARIK MINAT PEMBACA TAHUN 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 Dhiah 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

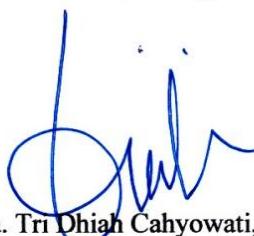
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 22 Oktober 2013

Mengetahui,

Pembimbing



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



**Universitas Mercu Buana**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Jurusan Marketing Communications & Advertising**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

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

Nama : Izharul Fanany

NIM : 44309010086

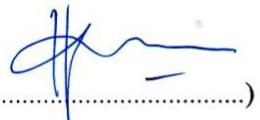
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communications & Advertising

Jakarta, 22 Oktober 2013

**Ketua Sidang**

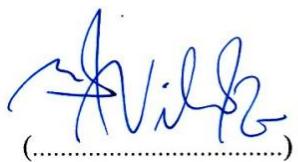
Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom.



(.....)

**Penguji Ahli**

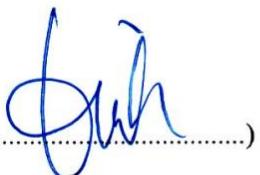
SM. Niken Restaty, S.Sos., M.Si.



(.....)

**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 panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Kuasa atas segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya, yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan 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 mencerahkan 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 memberi data-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 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

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

## 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