



**STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR HARIAN INDOPOS DALAM
MENINGKATKAN OPLAH PENJUALAN
(Periode 2010)**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :
KOMALA SARI
44306010022

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Komala Sari
NIM : 44306010022
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Strategi promosi surat kabar harian INDOPOS dalam meningkatkan
oplah penjualan (periode 2010)

Jakarta, Juli 2011
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui
Pembimbing

(Utje Usman Slamet, MS., DMS.)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Komala Sari
NIM : 44306010022
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Strategi promosi surat kabar harian INDOPOS dalam meningkatkan
oplah penjualan (periode 2010)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

1. Ketua Sidang
Dr. Farid Hamid, M.Si.
2. Penguji Ahli
Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si.
3. Pembimbing I
Utje Usman Slamet, MS., DMS.

(.....)
(.....)
(.....)



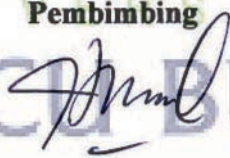
**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING
COMMUNICATION & ADVERTISING**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Komala Sari
NIM : 44306010022
Program Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Strategi promosi surat kabar harian INDOPOS dalam meningkatkan
oplah penjualan (periode 2010)

Mengetahui

Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Utje Usman Slamet, MS., DMS.)

(Dekan Fakultas)



(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi



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

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang sebesar-besarnya segala atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **STRATEGI PROMOSI SURAT KABAR HARIAN INDOPOS DALAM MENINGKATKAN OPALH PENJUALAN (periode 2010)**. sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta Jurusan Marketing Communication & Advertising.

Peneliti menyadari bahwa materi dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena peneliti juga masih dalam tahap belajar. Terlepas dari hal itu, akhirnya peneliti dapat melewati masa-masa sulit melawan kemalasan yang selalu menjadi kendala dalam menyelesaikan skripsi ini merupakan sebuah titik temu untuk selangkah menapak jalur kehidupan masa depan yang lebih cerah dengan yang dicita-citakan peneliti

Untuk mendapatkan semua prose situ, proses pengerjaannya tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang turut membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan, baik dari segi material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya dan dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang membantu :

1. Bapak Utje Usman Slamet, MS, DMS., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu untuk berdiskusi dengan peneliti dan dengan segala ilmu yang telah diberikan kepada peneliti dalam menyusun skripsi hingga selesai.
2. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku ketua jurusan yang banyak memberikan dorongan dan selalu mengingatkan kepada penulis.
3. Dr. Farid Hamid U M.Si, selaku dosen pembimbing akademik dengan sabar meluangkan waktu untuk berdiskusi dan memberikan masukan sehingga penulis memahami masalah penelitian.
4. Seluruh Dosen Fikom dan staff, yang telah mengisi hari-hari berharga penulis selama menyelesaikan kuliah di Universitas Mercu Buana.
5. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dan selalu sabar mendengarkan semua keluhan penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini, serta abangku Ali Murtakwa, kakakku Kusniawati dan Dinny Karlina, adikku Vita dan Andri serta keponakan kecilku Ikbar, Raza dan Risky telah memberikan semangat kepada penulis.
6. Ammir Gita Pradana, seperti lirik yang kamu buat “ Kau sumbuku nyala jiwa wujudkan apiku...” terimakasih banyak untuk waktu dan dukungan yang begitu luar biasa.
7. Teman-teman terbaikku Febri, Nining dan Mutia, yang selalu memberikan kesabaran serta kritik tajamnya telah membuka lebar

wawasan dan merubah konsep berpikirk. Terimakasih untuk semua hal terbaik yang pernah diberikan oleh penulis.

8. Staff TU, khususnya Pak Syam yang telah sabar melayani keperluan surat-menysurat kepada penulis.
9. Teman-temanku anak-anak marcomm 2006 Mia, Agung, Irfan dan yang lainnya terimakasih banyak untuk dukungan dan doanya.
10. Seluruh pihak yang pada kesempatan ini tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Dan sungguh, tak ada gading yang tak retak. Banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dan kekurangan itu semata-mata karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Untuk itu penulis harapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun, akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna. Amin.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	6
2.1.1 Segmentasi	8
2.1.2 Targetting.....	11
2.1.3 Positioning	13

2.2	Bauran Pemasaran.....	16
2.3	Analisis SWOT.....	18
2.4	Promosi.....	20
2.5	Strategi Promosi.....	23
2.6	Bauran Promosi.....	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Sifat Penelitian.....	35
3.2	Metode Penelitian.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4	Nara Sumber	37
3.5	Definisi Konsep	38
3.5.1	Fokus Penelitian.....	38
3.5.2	Teknik Analisis.....	39
3.6	Teknik Triangulasi Pemeriksaan Konsep Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.3	Logo perusahaan.....	43

4.2	Hasil penelitian	43
4.2.1	Strategi Promosi	44
4.2.1.1	Agen Mandiri	49
4.2.1.2	Marketing Langganan dan Marketing Eceran	51
4.2.2	Implementasi/Pelekasanaan Strategi Promosi	54
4.2.2.1	Event	54
4.2.2.2	Bauran Promosi	56
4.2.2.3	Media Partner	58
4.2.2.4	Kerjasama	59
4.3	Pembahasan	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN