



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Komala Sari (44306010022)

Strategi Promosi surat kabar harian INDO POS dalam Meningkatkan Oplah Penjualan (Periode 2010)

Xii halaman + 83 halaman ; 8 skrip wawancara ; 3 gambar

Bibliografi (1980-2008)

ABSTRAKSI

Strategi promosi merupakan aspek yang sangat penting dalam mengenalkan, menginformasikan dan memasarkan produk kita kepada konsumen. Dalam membuat atau menyusun suatu strategi diperlukannya suatu analisa mengenai lingkungan pasar dan pasar sasaran, agar kita dapat mengetahui strategi mana yang cocok dengan produk kita. Setelah itu, ditentukan strategi apa yang akan dipakai dan elemen-elemen promosi apa yang bisa digunakan yang sesuai dengan karakteristik dan target market kita. Sebagai koran yang baru berumur 8 tahun merasa perlu membuat strategi yang terencana dan matang guna bersaing di pasar. Dan surat kabar harian INDO POS membuat suatu strategi promosi untuk meningkatkan oplah penjualannya.

Adapun tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui strategi promosi apa yang akan digunakan surat kabar harian INDO POS dalam upaya meningkatkan oplah penjualannya. Sebagai salah satu kegiatan pemasaran, marketing mix, strategi promosi, analisa SWOT, STP, dan elemen-elemen promosi.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Penulis menyajikan gambaran maupun uraian mengenai strategi promosi sebagaimana adanya yang didapatkan dilokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi surat kabar harian INDO POS menggunakan gabungan dari kedua strategi yang ada yaitu, *push* dan *pull strategy* dan hampir seluruh elemen-elemen promosi demi mengenalkan dan mempromosikan serta meningkatkan oplah penjualan. Seperti *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, *personal selling*, dan *direct marketing*.