



**STRATEGI PROMOSI IKAPI
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
“PESTA BUKU JAKARTA 2011”**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Adi Priyanto
4430411-054

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI IKAPI UNTUK MENINGKATKAN
JUMLAH PENGUNJUNG PESTA BUKU JAKARTA 2011

Nama : Adi Priyanto

NIM : 4430411-054

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, Maret 2012

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Adi Priyanto
NIM : 4430411-054
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : *Marketing Communication & Advertising*
Judul : Strategi Promosi IKAPI untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung
Pesta Buku Jakarta 2011

Jakarta, Maret 2012

Ketua Sidang

Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)

Penguji Ahli

A. Judhie Setiawan, M.Si

(.....)

Pembimbing

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Adi Priyanto
NIM : 4430411-054
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : *Marketing Communication & Advertising*
Judul : Strategi Promosi IKAPI untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung
Pesta Buku Jakarta 2011

Jakarta, Maret 2012

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah akhirnya skripsi yang berjudul “Strategi Promosi IKAPI Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung Pesta Buku Jakarta 2011” selesai meski pada awalnya sempat menemukan kendala baik teknis maupun non teknis. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya semua kendala tersebut dapat penulis atasi.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini antara lain:

- Ibu Dra.Tri Diah Cahyowati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis sampai akhir proses skripsi ini.
- Ibu Dra.Tri Diah Cahyowati, M.Si. selaku Ketua Jurusan Marcomm yang telah memberikan semangat dan *support*-nya kepada penulis.
- Orangtua tercinta yang tak pernah bosan memberikan limpahan doa dan kasih sayangnya kepada penulis.
- Istri tercinta Dina Ros Diana, anak-anakku tersayang Kenzo dan Fathir, terimakasih atas hari-hari yang indah bersama kalian, juga atas pengertian kalian kepada ayah yang selalu pulang kantor sampai larut malam. Percayalah ini semua untuk kalian.

- Seluruh dosen yang pernah mengajar di kelas Marcomm yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
- Ketua IKAPI DKI Jakarta, Bapak Efi Afrizal Sinaro, seluruh panitia Pesta Buku Jakarta 2011, dan staff sekretariat IKAPI yang telah dengan sukarela membantu penulis dalam mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
- Sahabat-sahabat yang telah memberikan keceriaan dan warna tersendiri bagi penulis.

Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bukan hanya untuk penulis, tapi juga untuk masyarakat luas yang membutuhkan informasi dan data-data yang penulis sajikan dalam skripsi ini.

Jakarta, Maret 2012



Adi Priyanto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
KATA PENGANTAR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAKSI	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan penelitian	4
1.4. Signifikansi Penelitian	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Bagian dari Aktivitas Pemasaran	6
2.2. Bauran Pemasaran	17
2.3. Pemasaran dan Bauran Pemasaran	20
2.4. Promosi	24
2.5. Strategi Promosi	25
2.5.1. Pengertian Strategi Promosi	25
2.5.2. Jenis Strategi Promosi	32

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Sifat Penelitian	40
3.2. Metode Penelitian	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4. Definisi Konsep	45
3.5. Narasumber (<i>Key Informan</i>)	47
3.6. Metode Analisis	48

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	52
4.1.1. Profil IKAPI	53
4.1.2. Profil Pesta Buku Jakarta	54
4.1.2 Target Pengunjung dan Jenis Pengunjung	55
4.1.3. Jenis-Jenis Media yang Digunakan	
Dalam Kegiatan Promosi	57
4.1.4. Hasil Wawancara	73
4.2. Pembahasan	77
4.2.1. Analisa SWOT	78

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Data Jumlah Peserta dan Pengunjung	55
Tabel 2 : Data Pengunjung Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 3 : Data pengunjung Berdasarkan Usia	56
Tabel 4 : Data Pengunjung Berdasarkan Profesi	57
Tabel 5 : Data Frekuensi Pemasangan Iklan di Majalah	59
Tabel 6 : Data Frekuensi Pemasangan Iklan di Surat Kabar	60
Tabel 7 : Data Frekuensi Promosi di Televisi	61
Tabel 8 : Data Frekuensi Promosi di Radio	61
Tabel 9 : Data Frekuensi Promosi di Internet	62
Tabel 10 : Data Jumlah Media Promosi <i>Outdoor</i>	68
Tabel 11 : Data Perbandingan <i>Media Awareness</i>	70