



**STRATEGI PROMOSI HARIAN SEPUTAR
INDONESIA
UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(Periode Juni-Maret 2010)**

Skripsi

Diajukan sebagai syarat mendapat gelar sarjana

Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama : Yoga Pratama Irman

Nim : 4430401-082

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta
2010**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Yoga Pratama Irman
NIM : 4430401-082
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : Strategi Harian Seputar Indonesia Untuk Meningkatkan
Brand Awareness (Periode Juni – Maret 2010)

Jakarta, 7 Oktober 2010

Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing



(A. Judhie Setiawan.M.Si)

LEMBAR LULUS SIDANG

Nama : Yoga Pratama Irman
NIM : 4430401-082
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : Strategi Harian Seputar Indonesia Untuk Meningkatkan
Brand Awareness (Periode Juni – Maret 2010)

Jakarta, 28 Oktober 2010

1. Ketua Sidang

Nama : Dra. Tri Diah Cahyowati.M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli

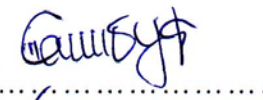
Nama : Drs. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

3. Pembimbing

Nama : A. Judhie Setiawan.M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Yoga Pratama Irman
NIM : 4430401-082
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising
Judul : Strategi Harian Seputar Indonesia Untuk Meningkatkan
Brand Awareness (Periode Juni – Maret 2010)

Jakarta, 25 November 2010

Disetujui dan Diterima Oleh,

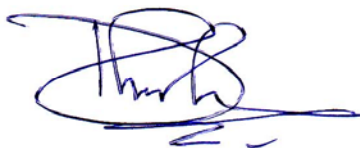
Pembimbing



(A. Judhie Setiawan.M.Si)

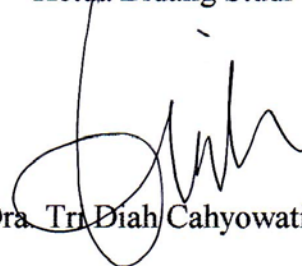
Mengetahui,

Dekan FIKOM



(Dra. Diah Wardhani. M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati.M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum WR.WB.

Allhamdulillaahi Rabbil alamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, dan karunia yang telah dilimpahkannya dan terima kasih sebesar-besarnya kepada semuanya yang telah memberi masukan dan dukungan yang sangat membantu untuk penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “Strategi Promosi Harian Seputar Indonesia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*” dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali pihak yang memberi bantuan baik dari segi moral maupun material, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak A.Yudhie Setiawan selaku pembimbing Skripsi. Terima kasih atas segala perhatiannya yang sangat besar dan bimbingannya serta ilmu-ilmu yang berguna dan bermanfaat yang di berikan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibu Cesilia selaku General Manager Marcomm Harian Seputar Indonesia, Bapak Novianto selaku Manager Marcomm Harian Seputar Indonesia, Mas Iyan selaku external project marcom Harian Seputar Indonesia, Mas Ruben dan Seluruh Staf Marcomm, Design Grafis, AE dan HRD Harian Seputar Indonesia yang tidak dapat disebut satu persatu.
3. Terima kasih untuk Ibu dan Ayah tercinta, terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala dukungan, nasehat, doa, kasih sayang, dan kepercayaan.
4. Ibu Dra.Diah Wardhani M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Drs.Hardiyanto, M.Si selaku wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati.M.Si selaku Ketua sidang, dosen pembimbing akademik dan Ketua bidang Studi Marketing Comm. & Adv. Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang sudah memberikan banyak ilmu kepada penulis sampai seperti ini.
8. Seluruh Staff Tata Usaha FIKOM UMB Khususnya Pak Syam dan yang tidak dapat disebut satu per satu.

9. Seluruh staff perpustakaan yang sangat membantu sekali.
10. Untuk Keluarga besar yang tidak bisa disebutin satu persatu Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala nasehat dan doa-nya semoga kalian bahagia di dunia dan akhirat.
11. Nesa Tri Wulandari. yang telah menemani hari-hari sulitku dan senangku selama enam tahun dan sampai akhir nanti, Thanks atas doa, dukungan dan cintanya.
12. Buat Brother Roby Nugraha, Agung (badol), Ziza fathiya, Thanks atas bantuan dan saran yang sangat berarti untuk skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangannya, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan di masa depan.

Wassalammualaikum WR.WB

Jakarta, 7 Agustus 2010

Yoga Pratama Irman

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Secara Akademis	8
1.4.2 Secara Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi sebagai salah satu kegiatan pemasaran.....	10
2.2 Promosi sebagai salah satu bauran pemasaran	15
2.3 Strategi promosi	24
2.4 Analisis situasi	26
2.4.1 SWOT (Strenghts,Weakness,Oppurtunity,Threath)	28
2.4.2 STP (Segmentation,Targeting,Positioning)	30
2.5 Elemen-elemen strategi promosi	33
2.6 Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi promosi.....	36
2.4 Brand Awareness	37
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Sifat dan Tipe Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Narasumber Penelitian.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Data Primer	43
3.4.2 Data Sekunder	44
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	44

3.5.1	Definisi Konsep	44
3.5.2	Fokus Penelitian.....	44
3.6	Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Harian Seputar Indonesia	48
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan	48
4.1.2	Logo Perusahaan	48
4.1.3	Produk yang ditawarkan	48
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Bauran Pemasaran.....	51
4.2.2	Analisi SWOT	54
4.2.3	STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	57
4.2.4	Strategi Promosi	58
4.2.5	Elemen-elemen Bauran Promosi	60
4.3	Pembahasan	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	76
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
RIWAYAT HIDUP		