



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

Yoga Pratama Irman (4430401-082)

Strategi Promosi Harian Seputar Indonesia Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*
(Periode Juni-Maret 2010)

xiii hal + 79 hal + 5 bagan + lampiran + riwayat hidup

Bibliografi : 20 buku (Th 1975 - 2006)

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, kita bisa menentukan strategi apa yang akan dipakai dan elemen-elemen promosi apa yang bisa gunakan yang sesuai dengan karakteristik dan target market kita. Sebagai koran yang baru berumur lima tahun merasa perlu membuat strategi yang terencana dan matang guna bersaing di pasar. Dan Harian Seputar Indonesia membuat suatu strategi promosi untuk mendapatkan dan meningkatkan *brand awareness*.

Adapun tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui strategi promosi apa yang digunakan Harian Seputar Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness*.

Konseptual pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi sebagai salah satu kegiatan pemasaran, *marketing mix*, strategi promosi, analisa SWOT, STP, elemen-elemen promosi dan *brand awareness*.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana tehnik 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 Harian seputar Indonesia guna untuk meningkatkan *brand awareness* Harian Seputar Indonesia. HSI menggunakan gabungan dari kedua strategi yang ada yaitu, *push dan pull strategy* dan hampir seluruh elemen-elemen promosi demi mengenalkan dan mempromosikan serta meningkatkan *brand awareness*, seperti *advertising* (melalui tv, radio, print ad, flyer, brosur dan banner, backwall, billboard), *sales promotion* (diskon, sampel), *public relation*, *personal selling*, dan *direct marketing (telemarketing)*