



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Yulipriadi Murtanto (44306120031)
STRATEGI PROMOSI KORAN ANAK BERANI
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA 2009

i-ix + 102 halaman, 11 daftar gambar, 44 lampiran

ABSTRAK

Skripsi dengan judul STRATEGI PROMOSI KORAN ANAK BERANI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA 2009, berawal pada rasa ingin tahu peneliti mengenai strategi promosi untuk meningkatkan brand awareness yang dilakukan koran anak BERANI. Hal ini berdasarkan kepada pertanyaan mengapa AMDG dalam usia pertumbuhan yaitu tiga tahun di 2009 selalu melakukan kegiatan promosi yang sama seperti diawal kemunculan koran anak BERANI yaitu periode 2006–2009.

Maka untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan teori-teori mengenai promosi yang dijabarkan dalam bauran pemasaran, bauran promosi, strategi promosi, analisis SWOT, analisis STP, Strategi Promosi, dan brand awareness. Sedangkan pada tataran metodologis, penelitian menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Penulis mendapatkan data melalui wawancara mendalam dengan manajemen perusahaan dan staf bisnis promosi dan sirkulasi dan untuk data sekunder di dapat melalui studi kepustakaan dan data-data dalam perusahaan AMDG.

Berdasarkan analisis data, strategi promosi koran anak BERANI menggunakan strategi tarik (*pulling strategy*) dengan kegiatan promosi *public relation* dengan mengadakan event-event dan *personal selling* untuk meningkatkan penjualan. Kegiatan promosi ini untuk menekan biaya, maka tidak menggunakan promosi melalui *advertising*.

Sebagai penutup kegiatan program CSR merupakan langkah yang baik karena keuntungan yang didapat dengan program CSR membuat penjualan koran anak BERANI meningkat tajam. Dan harus menciptakan inovasi terbaru dalam melakukan event-event sesuai dengan perkembangan dunia anak.