



**STRATEGI PROMOSI PT. CITRA MEDIA NUSA PURNAMA DALAM
MENDAPATKAN KLIEN PEMASANG IKLAN PADA RUANG IKLAN
SURAT KABAR MEDIA INDONESIA PERIODE 2009**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Nama : Yano Ridhola

NIM : 04303 – 062

Jurusan : Marketing Communication

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010



MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Yano Ridhola

Nim : 04303-062

**Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PT.CITRA MEDIA NUSA
PURNAMA DALAM MENDAPATKAN KLIEN
PEMASANG IKLAN PADA RUANG SURAT KABAR
MEDIA INDONESIA PERIODE 2009**

Jakarta, Juni 2010

Mengetahui,

Pembimbing I

(Drs. Akhmad Mulyana, Msi)

Pembimbing II

(Berliani Ardha, SE, Msi)



MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Yano Ridhola
Nim : 04303-062
Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PT.CITRA MEDIA NUSA
PURNAMA DALAM MENDAPATKAN KLIEN
PEMASANG IKLAN PADA RUANG SURAT KABAR
MEDIA INDONESIA PERIODE 2009

Jakarta, Juli 2010

1. Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

2. Penguji Ahli

Utje Slamet, M.Si

3. Pembimbing I

Drs. Akhmad Mulyana M.Si

4. Pembimbing II

Berliani Ardha. SE, M.Si

()

()

()

()



MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yano Ridhola

Nim : 04303-062

**Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PT.CITRA MEDIA NUSA
PURNAMA DALAM MENDAPATKAN KLIEN
PEMASANG IKLAN PADA RUANG SURAT KABAR
MEDIA INDONESIA PERIODE 2009**

Jakarta, Juli 2010

Mengetahui,

Pembimbing I

(Drs. Akhmad Mulyana, Msi)

Pembimbing II

(Berliani Ardha, SE, Msi)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



MARKETING COMMUNICATION & ADVERTISING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

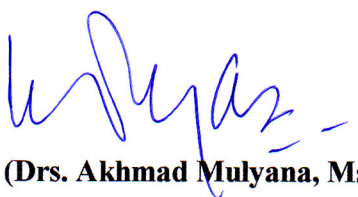
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Yano Ridhola
Nim : 04303-062
Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PT.CITRA MEDIA NUSA
PURNAMA DALAM MENDAPATKAN KLIEN
PEMASANG IKLAN PADA RUANG SURAT KABAR
MEDIA INDONESIA PERIODE 2009

Jakarta, Juli 2010

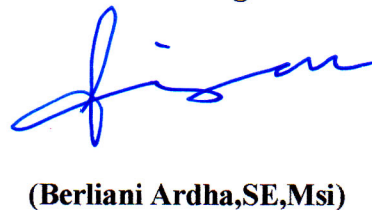
Disetujui oleh,

Pembimbing I



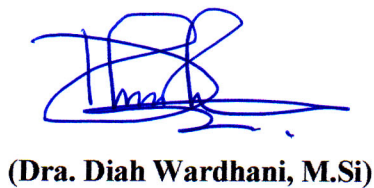
(Drs. Akhmad Mulyana, Msi)

Pembimbing II



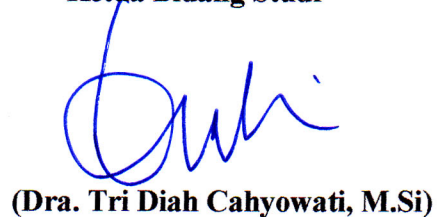
(Berliani Ardha, SE, Msi)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran tuhan yang maha Esa, atau rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan akhir ini.

Dengan perjuangan serta doa yang tak henti akhirnya skripsi ini yang berjudul “**Strategi Promosi PT. Citra Media Nusa Purnama Dalam Mendapatkan Klien Pemasang Iklan Pada Ruang Iklan Surat Kabar Media Indonesia Pada Tahun 2009**” telah dapat terselesaikan dengan baik, guna memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Strata (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Communication and Advertising.

Selama menjalani proses penulisan, tentunya penulis terlepas dari kendala atau hambatan. Namun berkat dorongan orang – orang yang terdekat yang selalu memberikan motivasi serta bantuan dari berbagai pihak, menjadikan penulis mampu menghadapi kendala yang datang tersebut.

Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Dosen Pembimbing pertama yaitu Bapak Akhmad Mulyana, terimakasih telah memberikan bimbingan kepada penulis dari awal sampai akhir
2. Dosen pembimbing Kedua yaitu Ibu Berliani Ardha yang telah membimbing penulis dalam menyusun Penelitian ini.
3. Ibu Dra. Diah Wardhani selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Ibu nurprapti selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Ibu Tri Diah Cahyowati Ketua Bidang Studi Marcomm & Advertising

6. Bapak Saiful F. Bachri selaku kadiv Marcomm Media Indonesia yang telah memberikan penjelasan yang bermanfaat kepada penulis
7. Ibu Hilliana selaku Manager Promosi terimakasih banyak sudah membantu saya dalam segala hal.
8. Bapak Bernard Rotinsulu selaku Ass kadiv Iklan yang telah memberikan penulis pengetahuan tentang Media Indonesia.
9. Mba vivi, euis, Mas aryo, Rahmat, Pak Lubis serta yang lainnya yang terlibat di Media Indonesia yang telah memberikan support dan masukan kepada penulis.

Penulis juga tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada orang – orang yang benar – benar berarti bagi hidupnya selama ini. Special thanks to :

1. Ayah dan Ibu, yang telah membesarkan dan mendidik saya. Saya mutlak berterima kasih dan sekaligus meminta maaf kepada beliau berdua karena hanya dengan dukungan beliau berdua saya dapat melanjutkan pendidikan saya hingga perguruan tinggi. Saya menyadari, tanpa beliau berdua, mustahil saya bisa menjadi sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang beliau berikan kepada saya, dari kecil hingga dewasa. Pengorbanan serta kasih sayang yang tak terhitung dan tak terhingga banyaknya.
2. kakak ku yang tercinta Ginta Nomicha dan Mas tyo, terimakasih untuk saran dan memberikan masukan yang bermanfaat
3. my Lovely Mumue, terimakasih ya sayang pengertiannya, kamu selalu membuat aku semangat dalam menjalankan semuanya, semoga impian kita terwujud Amiin...

4. The Blays (Andie Cumie, Gudil dan Sandi) sahabat yang gak pernah lepas dari tujuan yang sama,
5. Anak Marcomm 2003 buat semuanya termakasih atas dukungan dan supportnya.
6. Mba ati dan sekeluarga, terimakasih telah menyediakan Base Camp buat anak Marcomm
7. Semua pengajar bapak / Ibu dosen yang mengajar di Mercu Buana yang tak bias di persebutkan satu persatu oleh penulis. Terimakasih atas jasanya kepada penulis
8. Universitas Mercu Buana yang telah menyediakan tempat membina Ilmu.

DAFTAR ISI

Lembar persetujuan skripsi.....	ii
Tanda lulus sidang skripsi.....	iii
Lembar pengesahan skripsi.....	iv
Lembar pengesahan perbaikan skripsi.....	v
Abstraksi.....	vi
Kata pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Signifikasi Penelitian.....	8
1.4.1 Signifikasi Akademis.....	8
1.4.2 Signifikasi Praktis.....	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Komunikasi Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran	9
2.2 Pengertian Strategi.....	13
2.3 Strategi Promosi.....	14
2.4 Tujuan Promosi.....	18
2.5 Bauran Promosi.....	20
2.6 Pengiklan,Biro Iklan dan Media.....	25
2.7 Pengertian dan Klarifikasi Ruang Iklan	27
2.7.1 Pengertian ruang Iklan.....	27
2.7.2 Klarifikasi Ruang Iklan.....	27
2.8 Surat Kabar Sebagai Media Cetak.....	29
2.8.1 Frekuensi Penerbitan.....	29
2.8.2 Ukuran.....	31
2.8.3 Sirkulasi.....	31

	2.8.4	Format Isi.....	32
BAB III		METODE PENELITIAN.....	33
	3.1	Sifat Penelitian.....	33
	3.2	Tipe Penelitian.....	34
	3.3	Metode Penelitian.....	35
	3.4	Tekhnnik Pengumpulan Data.....	36
	3.4.1	Data Primer.....	37
	3.4.2	Data sekunder.....	38
	3.5	Definisi Konsep.....	39
	3.6	Nara Sumber.....	40
	3.7	Fokus Penelitian.....	40
	3.8	Analisa Data.....	41
BAB IV		HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
	4.1	Sekilas Media Indonesia.....	43
	4.1.1	Visi misi.....	47
	4.1.2	Tanggung Jawab dan Wewenang.....	48
	4.2	Hasil Penelitian.....	54
	4.2.1	Analisa SWOT.....	54
	4.2.2	Tujuan Promosi Surat Kabar Media Indonesia,,.....	62
	4.2.3	Penentuan Harga Ruang Iklan Surat Kabar Media Inonesia.....	65
	4.2.4	Strategi Tata Letak Ruang Iklan Surat Kabar Media Indonesia.....	67
	4.2.5	Menentukan Hubungan Kerjasama antara Surat Kabar media Indonesia dengan Pengiklan dan Biro Iklan.....	71
	4.2.6	Strategi Promosi.....	73
	4.3	Pembahasan.....	78

BAB V	KESIMPULAN Dan SARAN.....	82
5.1	Kesimpulan.....	82
5.2	Saran.....	83
	DAFTAR PUSTAKA.....	85
	LAMPIRAN.....	87