

ABSTRAKSI

YANO RIDHOLA (04303-062)

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

Xi + 88 Halaman ; 25 lampiran ; 24 Bibliografi (1992-2005)

Dewasa ini persaingan media semakin ketat, baik dalam meningkatkan omset penjualannya maupun dalam memperebutkan klien pemasang iklan. Dan dalam hal ini diperlukan adanya strategi yang tepat dan efektif untuk dapat bersaing dengan para pesaing yang ada. Surat kabar media Indonesia merupakan surat kabar nasional terbesar kedua harus melakukan strategi promosi yang efektif untuk mengatasi persaingan tersebut. Sehingga surat kabar Media Indonesia tidak dilupakan oleh pesaingnya. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai strategi promosi PT.Citra Media Nusa Purnama dalam mencari klien pemasang iklan pada ruang iklan surat kabar Media Indonesia.

Teori pemikiran yang mendukung dalam penelitian ini diambil dari Philip Kotler, Fandy Tjipto, Basu Swastha, Chriss Fill dan beberapa lainnya yang mendukung penelitian ini

Penelitian ini bersifat deskriptif yang hanya mengumpulkan informasi dan memaparkan mengenai strategi promosi yang digunakan surat kabar Media Indonesia dalam mencari klien pemasang iklan. Pengumpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan narasumber yang berkompeten yang berada di lingkungan surat kabar Media Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa surat kabar media Indonesia melihat serta memadukan secara keseluruhan dari tahap – tahapan dalam proses promosi yang ada untuk mendapatkan klien pemasang iklan. Kesimpulan yang muncul dari pelaksanaan strategi promosi bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar, peningkatan brand image perusahaan serta image surat kabar Media Indonesia dan peningkatan revenue iklan.

Sebagai surat kabar nasional terbesar kedua, Media Indonesia dapat terus diharapkan untuk melakukan strategi promosi yang efektif serta melakukan pendekatan – pendekatan kepada klien maupun calon klien agar situasi persaingan dapat diatasi.