



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ADVERTISING & MARKETING
COMMUNICATION**

Windi Indriana (04303-077)

Strategi Komunikasi Pemasaran Ruang Iklan Harian WASPADA Dalam Mempertahankan Pengiklan Tahun 2009

(xiv-99 halaman; 25 referensi 1970-2006; 2 tabel; 4 gambar, Lampiran dan artikel)

ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis media di Indonesia, khususnya surat kabar dalam beberapa tahun terakhir sangat menarik untuk diamati. karena surat kabar sekarang mampu bersaing untuk saling mengungguli pesaingnya masing-masing, baik itu pesaing lama maupun pesaing baru. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran ruang iklan yang dilakukan harian WASPADA dalam mempertahankan pengiklan tahun 2009.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang berhubungan dengan tahap-tahap dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari strategi komunikasi pemasaran beserta alat-alat pemasaran yang membahas mengenai komunikasi pemasaran diambil dari Philip Kotler, Shimp Terence, Rhenald Kasali dan beberapa lainnya yang mendukung penelitian ini.

Penelitian bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode Penelitian adalah studi kasus. Wawancara mendalam dengan Manajer Iklan dan Manajer Pemasaran di PT. Harian Umum WASPADA yang merupakan data primer dan penelitian literatur kepustakaan dengan teknik pengumpulan data merupakan data sekunder dari penelitian ini.

Hasil penelitian dan kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran ruang iklan harian WASPADA menggunakan lima sarana promosi (promotion mix). Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan dalam mempertahankan pengiklan tahun 2009 yaitu dengan menggunakan sarana promosi hubungan masyarakat, promosi penjualan, dan penjualan tatap muka dengan berbagai program promosi dan event yang tujuannya dapat mempertahankan pengiklan khususnya sepanjang tahun 2009. saran dari peneliti yaitu dengan lebih memberdayakan tenaga penjualan perorangan dan menambah saluran distribusi dengan menambah armada seperti motor sehingga distribusi cepat dan tepat.