



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

Yudhi Yuandana (44306110021)

PENGUNAAN MEDIA BILLBOARD DAN SPANDUK SEBAGAI MEDIA PRIMER PT. KAWASAN INDUSTRI JABABEKA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TAHUN 2008

i – xiii+ 109 halaman, 6 tabel, 6 gambar, daftar riwayat hidup

Bibliografi : 15 Acuan (1991 – 2009)

ABSTRAKSI

Media luar ruang merupakan media yang ditempatkan diluar ruang. Salah satu contoh dari media luar ruang adalah billboard dan spanduk. Fungsi utama dari media ini adalah sebagai media iklan untuk meningkatkan atau sebagai media sekunder untuk mendukung kampanye iklan di media cetak atau televisi, sehingga fungsinya lebih sebagai pendukung atau pengulang kampanye iklan dari media utama. Namun berbeda halnya dengan PT. Kawasan Industri Jababeka. PT. KIJ menggunakan media billboard dan spanduk sebagai media Primer. Media-media tersebut digunakan sebagai sarana untuk berpromosi atau memperkenalkan produk baru kepada khalayak dan juga untuk meningkatkan penjualan suatu produk atau jasa. Adapun perumusan masalah yang dikaji adalah bagaimana penggunaan media billboard dan spanduk sebagai media primer PT. KIJ dalam meningkatkan penjualan tahun 2008. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan media billboard dan spanduk sebagai media primer.

Teori yang digunakan didalam penggunaan media iklan ini adalah strategi perencanaan media yang didapat dari konsep Morissan. Dalam perencanaan media terdapat empat tahap yang harus diperhatikan yaitu menentukan audien sasaran, menentukan tujuan media, menentukan strategi media dan menentukan penjadwalan media.

Sifat penenlitian ini adalah deskriptif. pendekatan yang digunakan adalah penelitian kualitatif yang dilakukan melalui wawancara mendalam dan analisis data.

Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan media billboard dan spanduk yang dilakukan oleh PT. Kawasan Industri Jababeka sudah sesuai dengan apa yang dinyatakan oleh Morissan yaitu adanya target audien yang ingin dijangkau, adanya tujuan media yang ingin dicapai, penentuan strategi media dan penjadwalan media yang digunakan. Selain itu penggunaan media billboard dan spanduk dapat dinilai efektif, hal tersebut dapat dilihat dari tingkat penjualannya.