



**STRATEGI PROMOSI PT CITRA MEDIA NUSA PURNAMA
DALAM MENINGKATKAN OPLAH PENJUALAN KORAN
MEDIA INDONESIA TAHUN 2014**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat gelar Sarjana Strata 1

Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

AGUS CAHYONO

44310010091

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Agus Cahyono
NIM : 44310010091
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila mngutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 03 Januari 2016

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Agus Cahyono

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PT CITRA MEDIA NUSA
PURNAMA DALAM MENINGKATKAN OPLAH
PENJUALAN KORAN MEDIA INDONESIA TAHUN
2014**

Nama : Agus Cahyono

NIM : 44310010091

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication



Mengetahui,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Yoyoh', is written over the printed name of the supervisor.

Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PT CITRA MEDIA NUSA
PURNAMA DALAM MENINGKATKAN OPLAH
PENJUALAN KORAN MEDIA INDONESIA TAHUN
2014**

Nama : Agus Cahyono

NIM : 44310010091

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 03 Januari 2016


Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

an.
()


Penguji Ahli,

Dadan Iskandar, M.Si

()

Pembimbing,

Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PT CITRA MEDIA NUSA
PURNAMA DALAM MENINGKATKAN OPLAH
PENJUALAN KORAN MEDIA INDONESIA TAHUN
2014**

Nama : Agus Cahyono

NIM : 44310010091

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 03 Februari 2016

Disetujui dan diterima oleh,

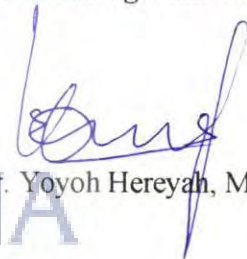
Pembimbing

Ketua Bidang Studi

Advertising & Marketing Communication



(Dr. Yoyoh Hereyah, M. Si)



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Bidang Studi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

*“ Semakin bertambah ilmuku semakin aku tahu kebodohanku ”
(Imam Syafi’I)*

*“ Maka Bertanyalah kepada orang yang berilmu Jika kamu tidak
Mengetahui “
(Al-Anbiya : 7) “*

*Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua Orangtuaku Tercinta,
yang Cintanya tak akan habis sepanjang masa dan kasih sayangnya
akan terus ada.*

*Cinta dan Kasihya selalu menemani hari-hari-ku, membimbingku,
dan mendidikku, hingga aku bisa seperti sekarang ini.*

*Ku ucapkan terimakasih atas segalanya untuk
kedua orang tuaku tercinta.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-NYA, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Promosi PT Citra Media Nusa Purnama Dalam Meningkatkan Oplah Penjualan Koran Media Indonesia Tahun 2014” telah diselesaikan dengan baik, guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Program Studi Advertising & Marketing Communication. Karena adanya keterbatasan peneliti sebagai manusia yang tidak luput dari kesalahan serta masih banyaknya kesalahan dan kekurangan-kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh untuk kategori sempurna. Oleh karena itu penulis mohon untuk saran dan kritiknya yang membangun guna penulisan-penulisan yang akan penulis lakukan di kemudian hari. Selama menjalani proses penulisan, tentunya penulis tidak lepas dari kendala dan hambatan. Namun berkat bantuan sebagai pihak, menjadikan penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua orang tuaku yang telah membimbing dan memberikan fasilitas demi masa depanku dan kakak.
2. Kepada Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua bidang studi Advertising & Marketing Communication juga sebagai dosen pembimbing yang telah sabar selalu memberikan masukan, solusi dan semangat bagi penulis. Beserta para dosen Marcomm dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Kepada Bapak Dadan Iskandar, M.Si dan Bapak Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dewan Penguji Sidang Skripsi.

4. Keluarga Besar PT. CITRA MEDIA NUSA PURNAMA (Pak Whisnu, Mas Harry wibowo dan yang lainnya) yang memperlakukan penulis seperti anak sendiri dan selalu memotivasi penulis untuk selalu berkarya,serta memberikan informasi untuk kebutuhan penyelesaian skripsi.
5. Sahabat-sahabat terbaik dan terkonyol, yaitu Aji, Toyib, Ical, Alvi, Wisnu, Ardi,Rani dan yeni yang sering memberikan hiburan unik.
6. Teman-teman Advertising & Marketing Communication 2010 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
7. Sahabat-sahabat D'kece,yaitu Ridwan, Adit, Irfan, Ari, bang Dwi dan Ceno yang sering memberikan hiburan unik, memberikan semangat, serta selalu mengingatkan untuk selalu bersyukur dan berdoa.
8. Teman-teman UKM Al Faruq dan Rohis Ta'lim Alif Universitas Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam laporan magang ini masih jauh dari kesempurnaan, karena peneliti juga masih dalam tahap belajar. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi memperbaiki laporan sidang magang ini.

Jakarta, 15 Januari 2016

Agus Cahyono

DAFTAR ISI

SURAT PENYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

TANDA PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	4
1.3.Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Data Peneliti terdahulu.....	6
2.2. Komunikasi	11
2.3. Komunikasi Pemasaran	14
2.4. Bauran Promosi	16
2.5. Segmentasi, Targeting, dan Positioning	18
2.6. Analisis SWOT	20
2.7. Strategi Promosi	21
2.8. Pengertian Strategi Promosi	22
2.9. Perencanaan Strategi Promosi	24

2.10. Pengertian Oplah	39
------------------------------	----

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1. Sifat Penelitian	40
-----------------------------	----

3.2. Metode Penelitian	41
------------------------------	----

3.3. Subjek Penelitian/Narasumber	41
---	----

3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
------------------------------------	----

3.4.1. Data Primer	42
--------------------------	----

3.4.2. Data Sekunder	43
----------------------------	----

3.5. Teknik Analisa	44
---------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
---	----

4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	46
---------------------------------------	----

4.1.2. Sejarah Perusahaan	48
---------------------------------	----

4.1.3. Struktur Perusahaan	52
----------------------------------	----

4.2. Hasil Penelitian	53
-----------------------------	----

4.3. Pembahasan	69
-----------------------	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	81
---------------------	----

5.2. Saran	83
------------------	----

DAFTAR PUSTAKA	
-----------------------------	--

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE



UNIVERSITAS
MERCU BUANA