

Agus Cahyono (44310010091)
Strategi Promosi PT Citra Media Nusa Purnama Dalam Meningkatkan Oplah Penjualan KoranMedia Indonesia Tahun 2014
Viii halaman + 84 halaman: 8 skrip wawancara
Bibliografi (1991-2015)

ABSTRAKSI

Strategi promosi diperlukan karena pesatnya persaingan dalam berbagai jenis produk. Perusahaan dituntut selalu meningkatkan kinerja kerjanya agar dapat tetap bertahan. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, tetapi juga dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan konsumen secara efektif dengan pihak-pihak terkait. Seiring dengan perkembangan perekonomian dan teknologi yang semakin pesat menyebabkan ketatnya persaingan diantara produsen penyedia barang dan jasa. Begitu juga pada penyedia informasi seperti perusahaan media cetak yang menghasilkan produk surat kabar atau Koran.

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis strategi yang paling tepat dalam meningkatkan volume oplah penjualan pada Koran Media Indonesia. Sebagai salah satu kegiatan pemasaran, marketing mix, strategi promosi, analisa SWOT, STP, dan elemen - elemen promosi.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dan sifat penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Penulis menyajikan uraian mengenai strategi promosi sebagaimana adanya yang didapatkan dilokasi penelitian.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi promosi surat kabar harian Media Indonesia menggunakan gabungan dari kedua strategi yang ada yaitu, *push* dan *pull strategy* dan hampir seluruh elemen-elemen promosi demi mengenalkan dan mempromosikan serta meningkatkan oplah penjualan. Seperti *advertisng*, *sales promotion*, *public relation*, *personal selling*, dan *direct marketing*.

Key Words : strategi,, promosi, oplah