



**STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PROMOSI
IKAPI DKI JAKARTA
UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG
*ISLAMIC BOOK FAIR 2010***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications

Disusun oleh :

MUHAMMAD GUNTUR RAMADHAN
4430411-010

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI DAN IMPLEMENTASI PROMOSI IKAPI DKI
JAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PENGUNJUNG *ISLAMIC BOOK FAIR* 2010

Nama : Muhammad Guntur Ramadhan

NIM : 4430411-010

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Muhammad Guntur Ramadhan
NIM : 4430411-010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : *Marketing Communication & Advertising*
Judul : Strategi dan Implementasi Promosi IKAPI DKI Jakarta untuk
Meningkatkan Jumlah Pengunjung *Islamic Book Fair* 2010

Jakarta, 7 Agustus 2010

Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si (.....)

Penguji Ahli

Utje Usman Slamet, M.Si (.....)

Pembimbing

Drs. Ahmad Mulyana, M.Si (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Guntur Ramadhan
NIM : 4430411-010
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : *Marketing Communication & Advertising*
Judul : Strategi dan Implementasi Promosi IKAPI DKI Jakarta untuk
Meningkatkan Jumlah Pengunjung *Islamic Book Fair* 2010

Jakarta, 7 Agustus 2010

Disetujui dan Diterima Oleh:

Pembimbing

(Drs. Ahmad Mulyana, M.Si)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT. Penulis akhirnya bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Promosi IKAPI DKI Jakarta Untuk Meningkatkan Jumlah Pengunjung *Islamic Book Fair* 2010”.

Judul ini sengaja penulis angkat karena selain penulis langsung terjun kedalam kegiatan yang dimaksud, juga dikarenakan latar belakang penulis yang berasal dari dunia perbukuan khususnya di bidang promosi dan pemasaran.

Dalam proses penulisan skripsi ini tentu saja penulis menemukan beberapa kendala baik kendala teknis maupun non teknis. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya semua kendala tersebut dapat penulis atasi.

Ijinkan dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Drs. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis sampai akhir proses skripsi ini.
- Ibu Dra.Tri Diah Cahyowati, M.Si., selaku Ketua Jurusan Marcomm yang telah memberikan semangat dan *support*-nya kepada penulis.
- Ibunda tercinta, Ella Hermala yang tak pernah bosan memberikan limpahan doa dan kasih sayangnya kepada penulis.

- Seluruh dosen yang pernah mengajar di kelas Marcomm yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
- Ketua IKAPI DKI Jakarta, Bapak Efi Afrizal Sinaro, Ketua Panitia *Islamic Book Fair* 2010, Bapak Iwan Setiawan, Ketua Bidang Promosi *Islamic Book Fair* 2010, Bapak Maryanto Priambudi, seluruh panitia *Islamic Book Fair*, dan sekretariat IKAPI DKI Jakarta (mas Awi & mas Eko) yang telah dengan sukarela membantu penulis dalam mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
- Manajemen dan rekan-rekan di PT Luxima Metro Media yang telah memberikan keleluasaan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Sahabat-sahabat yang telah memberikan keceriaan dan warna tersendiri bagi penulis.

Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat bukan hanya untuk penulis, tapi juga untuk masyarakat luas yang membutuhkan informasi dan data-data yang penulis sajikan dalam skripsi ini.

Jakarta, Agustus 2010

Muhammad Guntur Ramadhan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAKSI	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan penelitian	4
1.4. Signifikansi Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Sebagai Salah Satu Unsur Pemasaran	6
2.2. Pemasaran dan Bauran Pemasaran	9
2.3. Strategi, Pengertian, dan Tahapan Penyusunannya	12
2.4. Strategi Promosi	14

2.4. Alat-Alat Dalam Strategi Promosi	20
---	----

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Sifat Penelitian	28
3.2. Metode Penelitian	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data	31
3.4. Rancangan Kategorisasi	33
3.5. Narasumber (<i>Key Informan</i>)	35
3.6. Metode Analisis	36

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil IKAPI DKI Jakarta	40
4.2. Profil <i>Islamic Book Fair</i>	42
4.3. Target Pengunjung dan Jenis Pengunjung	43
4.4. Jenis-Jenis Media yang Digunakan dalam Kegiatan Promosi	46
4.5. Pembahasan	65

BAB V. PENUTUP

5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Data Jumlah Peserta dan Pengunjung	43
Tabel 2 : Data Pengunjung Berdasarkan Usia	44
Tabel 3 : Data pengunjung Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4 : Data Pengunjung Berdasarkan Profesi	45
Tabel 5 : Data Frekuensi Pemasangan Iklan di Majalah	47
Tabel 6 : Data Frekuensi Pemasangan Iklan di Surat Kabar	48
Tabel 7 : Data Frekuensi Promosi di Televisi	49
Tabel 8 : Data Frekuensi Promosi di Radio	50
Tabel 9 : Data Frekuensi Promosi di Internet	51
Tabel 10 : Data Jumlah Media Promosi <i>Outdoor</i>	57
Tabel 11 : Data Perbandingan <i>Media Awareness</i>	59