



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MECU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
JURUSAN PERIKLANAN**

**Donny Hardiyan (04300-019)**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Paragon Communications  
dalam Memasarkan Ruang Iklan Majalah Kicau Bintaro**

**(i-xii;71hal, 1 tabel, 4 bagan, 18 referensi, 6 Artikel, lampiran, biografi)**

**ABSTRAKSI**

Pertumbuhan industri media massa di Indonesia telah memasuki babak baru dengan meningkatnya jumlah media terutama media cetak dari tahun ke tahun. Banyaknya media yang tumbuh dewasa ini berujung pada persaingan yang semakin ketat dalam menjual ruang iklan untuk meraih keuntungan dan mempertahankan hidup. Oleh sebab itu media massa khususnya media yang sangat segmented seperti media komunitas harus memiliki strategi pemasaran dalam mendapatkan keuntungan dari penjualan ruang iklan. Penulis memilih majalah Kicau Bintaro sebagai obyek penelitian karena minat dan ketertarikan penulis terhadap strategi komunikasi pemasaran majalah Kicau Bintaro yang memiliki persentasi pemasangan iklan yang cenderung stabil walaupun masih terjadi kenaikan dan penurunan omset iklan, mengingat majalah ini adalah majalah gratis dan bukan majalah komersil Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh majalah Kicau Bintaro untuk mendapatkan klien dalam memasang iklan, tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran majalah Kicau Bintaro.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah A System of Marketing Communication dari Chris Fill (Organisasi dapat dipandang sebagai system sosial yang terbuka dan komponen-komponen yang ada dalam sistem secara interaktif saling bergantung satu dengan yang lainnya) dan Strategi Komunikasi Pemasaran yang berfokus pada analisa SWOT (Strengths/kekuatan, Weakness/Kelemahan, Opportunities/peluang, Threats/Ancaman)

Sifat penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, teknik pengumpulan data dengan indepth interview.

Hasil penelitian yang didapat adalah majalah Kicau Bintaro tidak melakukan metode khusus dalam mendapatkan klien, strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan pendekatan emosional dan personal kepada pihak-pihak yang paling berpengaruh atau yang berkepentingan. Majalah Kicau Bintaro lebih mengutamakan kebutuhan klien dibandingkan kebutuhan audience, majalah Kicau Bintaro mengatur tata letak penempatan iklan dengan mengadakan penawaran menarik kepada klien, jenis iklan yang sangat menarik perhatian klien adalah halaman berwarna pada halaman sebelah kanan majalah.