

Nama : Siti Annisa Andriani
NIM : 44311010048
Judul : Strategi Promosi Majalah Gontor Dalam Mendapatkan Pengiklan
Jumlah halaman : 70 halaman + 10 lampiran

ABSTRAK

Majalah saat ini menjadi salah satu bahan bacaan yang diminati oleh konsumen. Berbagai nama majalah hadir dikalangan masyarakat. begitu juga Majalah Gontor yang hadir sebagai bacaan islami dan menjadi media perekat umat. Untuk itu, tujuan penelitian ini adalah menggambarkan secara keseluruhan mengenai Strategi Promosi Majalah Gontor Dalam Mendapatkan Pengiklan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dalam bukunya yang berjudul Manajemen Pemasaran dimana strategi promosi adalah hal - hal yang berkaitan dengan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian yang kemudian nantinya digunakan untuk menyusun strategi promosi yang digunakan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan studi kasus. Objek penelitian ini adalah Majalah Gontor. Data - data diperoleh melalui wawancara langsung yang dilakukan kepada narasumber yang kompeten, dilengkapi berbagai dokumen dari sumber lainnya seperti internet dan studi keperpustakaan.

Hasil penelitian bahwa strategi promosi yang digunakan Majalah Gontor sudah sesuai dengan tahapan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian. Namun belum maksimal dikarenakan kurangnya awareness masyarakat terhadap majalah Gontor sehingga membuat para calon pengiklan tidak langsung tertarik untuk beriklan dimajalah ini. Sehingga Majalah Gontor harus melakukan strategi promosi yang tepat untuk dapat menarik minat pengiklan untuk beriklan di majalah Gontor.