



Strategi Promosi Majalah Gontor Dalam Mendapatkan Pengiklan

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
komunikasi bidang studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh :

UNIVERSITAS
SITI ANNISA ANDRIANI
MERCU BUANA
44311010048

Bidang studi Advertising & Marketing Communication

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercubuana Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI MAJALAH GONTOR DALAM
MENDAPATKAN PENGIKLAN**

Nama : Siti Annisa Andriani

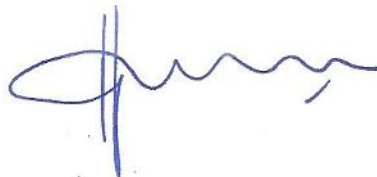
Nim : 44311010048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication



UNIVERSITAS
Mengetahui,
MERCU BUANA
Pembimbing



(Ira Purwitasari, M.ikom.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI MAJALAH GONTOR
DALAM Mendapatkan Pengiklan
Nama : Siti Annisa Andriani
NIM : 44311010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 13 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ira Purwitasari M.Ikom

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

Dr. Agustina Zubair, M.Si

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI MAJALAH GONTOR
DALAM MENDAPATKAN PENGIKLAN
Nama : Siti Annisa Andriani
NIM : 44311010048
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 13 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ira Purwitasari M.Ikom

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

Dr. Agustina Zubair, M.Si

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur Penulis Panjatkan kepada Allah SWT untuk segala berkah dan Karunia-Nya yang begitu besar kepada penulis karena berkat rahmat dan ridho nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan penelitian ini, banyak pihak yang telah memberikan saran, bimbingan, bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung, sejak awal penulisan hingga akhirnya penelitian ini terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Subandrio dan Ibu Warsih yang senantiasa memberikan curahan doa bantuan moril maupun materil.
2. Ibu Ira Purwitasari M.Ikom selaku Dosen Pembimbing.
3. Segenap Dosen Pengajar Jurusan Advertising and Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Kiki Chendiliana selaku Manager Pemasaran Majalah Gontor.
5. Ibu Ary Oktarina selaku Supervisor Iklan Majalah Gontor.
6. Bapak Fauzi priyanto selaku Manager Umum Majalah Gontor.
7. Hamdan Matondang yang telah memberikan dukungan, doa, perhatian, serta kasih sayang kepada saya.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2011 di Univeristas Mercubuana.

Terima kasih atas dukungan dan motivasinya kepada Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya.Aamin.

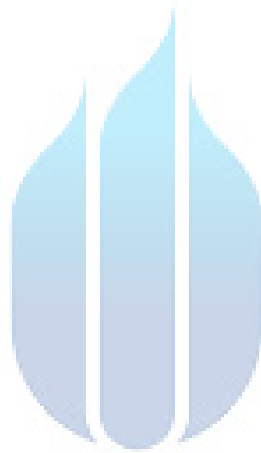
Jakarta, 12 Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
KATA PENGANTAR	4
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang Masalah.....	5
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2. Bauran Pemasaran	15
2.3. Promosi	17
2.4. Strategi Promosi	18
2.4.1 Perencanaan promosi	20
2.4.2 Pelaksanaan promosi	24
2.4.3 Pengendalian promosi	30
2.5. Iklan Media Cetak.....	31
2.6.1 Majalah.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1 Paradigma.....	35
3.2 Tipe Penelitian.....	36
3.4 Subyek Penelitian	37
3.5 Teknik pengumpulan data	37
3.6 Teknik analisis data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
4.1 Gambaran umum PT.Gontor Media Jaya.....	41
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.3 Jenis - Jenis Iklan Majalah Gontor	43
4.4 Hasil Penelitian.....	44
4.5 Strategi Promosi Majalah Gontor	44

4.6	Perencanaan Strategi Promosi Majalah Gontor	46
4.5.1	Analisis SWOT Majalah Gontor.....	46
4.5.2	Analisis STP Majalah Gontor	48
4.7	Pelaksanaan Strategi Promosi Majalah Gontor	49
4.8	Pengendalian Strategi Promosi Majalah Gontor.....	51
4.9	Pembahasan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
DAFTAR PUSTAKA.....		56



UNIVERSITAS
MERCU BUANA