

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

DWIKI NURHIDAYAT (20130530042)

Strategi Komunikasi Pemasaran Radar Jogja Dalam Mempertahankan Omzet Tahun 2016

Tahun Skripsi: 2018 + 105 Hal

Daftar Kepustakaan: 19 buku + 2 Sumber Online.

Penelitian ini berusaha menganalisis strategi komunikasi pemasaran Radar Jogja dalam mempertahankan omzet. Radar Jogja merupakan surat kabar harian lokal yang ada di Kota Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan kerangka teori komunikasi pemasaran untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Radar Jogja. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Dengan sumber data berasal dari wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan tiga orang informan.

Hasil penelitian menunjukkan komunikasi pemasaran menjadi faktor penting dalam mempertahankan omzet Radar Jogja. Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan meliputi promosi penjualan, event and experience, dan periklanan. Promosi penjualan dilakukan untuk meningkatkan omzet penjualan melalui program diskon, pemberian merchandise serta pemberian insentif bagi para mitra agen penjual koran. Sedangkan event and experience dilakukan untuk menjaga hubungan kepada pelanggan. Dan yang terakhir periklanan dilakukan untuk mendukung keberhasilan kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Omzet, Radar Jogja.