

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RADAR JOGJA DALAM
MEMPERTAHANKAN OMZET TAHUN 2016**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Strata I Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
DWIKI NURHIDAYAT
20130530042

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta:

Hari : Rabu
Tanggal : 2 Mei 2018
Tempat : Lab Editing IK
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si.

Penguji I

Zuhdan Aziz.S.IP., S.sn., M.sn

Penguji II

Ayu Amalia S.sos., M.si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
(S-1) Pada tanggal 8 Mei 2018

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Kaprodi Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini:

Nama : Dwiki Nurhidayat
NIM : 20130530042
Konsentrasi : Advertising
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Radar Jogja
Dalam Mempertahankan Omzet Tahun 2016

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 1 Mei 2018

Dwiki Nurhidayat

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.I.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Zuhdan Aziz S.IP., S.sn., M.sn. Selaku dosen penguji yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
6. Ayu Amalia S.sos., M.si. selaku dosen penguji skripsi yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Bapak *Joko Suhendro* dan Bapak Agung yang selalu memberikan informasi dan data untuk penulisan skripsi ini.
9. Pihak PT. Jawa Pos Radar Jogja yang memberikan ijin serta pendampingan selama melakukan penelitian skripsi.
10. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam memberikan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas cinta yang tiada henti.
11. kakak saya tercinta yang selalu memberikan dukungan serta motivasi sampai saat ini. Terima kasih atas kasih yang tiada henti.

12. Untuk sodara-sodara saya yang selama ini telah memberikan support kepada saya selama saya mengerjakan proses perkuliahan.
13. Untuk keluarga besar saya om, tante, pakde, bude dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu terima kasih untuk motivasi dan semangatnya selama ini.
14. Sahabat - sahabat terbaikkku sejak duduk dibangku SMA yang selalu memberikan dukungan sejak pertama penyusunan skripsi ini.
15. Teman - teman seperjuangan di Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang telah mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 Mei 2018

Dwiki Nurhidayat

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku dan Kakakku yang selalu ada disisiku mendoakanku, mendampingi serta mendukungku dengan segenap kasih sayangnya. Terima kasih untuk cinta kasihmu yang tiada hentinya untukku.
2. Keluarga besarku yang selalu mendukungku.
3. Sahabat-Sahabat Saya Rustam, Wachid, Fajar, Mahat
4. Sahabat-Sahabat TEKYAN Ion, Fadil, Kadafi, Khoiri, Arif terima kasih selalu memberi semangat kalian luar biasa.
5. Teman seperjuangan Cendekiawan Putra, Arma Dika Utama, Faris Hazim Aditama, Yahya Amirul, Fikri Dwi Nugroho, Wibowo Tukarana, Nanda Setiawan, Agung Pangeran Bungsu, Faza Yudiansyah, Rendi Triandika, Alfian Azhar, Muhammad Qurais Shihab, yang telah mendukung dan selalu sabar dalam memotivasi serta selalu ada dalam keadaan suka dan duka.
6. Teman-teman Komunikasi angkatan 2013. Terimakasih atas dukungan dan bantuan kalian selama ini
7. Seluruh Dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan masa belajar saya.

8. Seluruh civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya Pak Jono, Pak Mur, dan Mbak Siti. Terimakasih atas semua bantuan yang telah diberikan.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari sesuatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. Dan hanya kepada Allah-lah hendaknya kamu berharap”

(QS. Alam Nasyrah: 6-8)

“Learn From Yesterday, Live From Today, And Hope For Tomorrow”

(Albert Eistein)

“Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seseorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa berusaha”

(Dwiki Nurhidayat)

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	10
2. Jenis-jenis Strategi Pemasaran	13
3. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	15
4. Bauran Komunikasi Pemasaran / <i>Marketing Communication Mix</i>	16
5. Komunikasi Pemasaran dalam Mempertahankan Omzet.....	29
6. Penelitian Terdahulu.....	32
F. Metode Penelitian	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Lokasi Penelitian	35
3. Teknik Pengumpulan Data	35
4. Teknik Analisis Data	38
5. Uji Validitas Data	40
6. Sistematika penulisan	41
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah dan Latar Belakang Berdirinya SKH Radar Jogja.....	43
B. Visi dan Misi	47
C. Kantor SKH Radar Jogja	48

D. Proses Produksi.....	48
E. Komposisi Berita	50
F. Profil Pembaca Radar Jogja.....	51
G. Susunan Organisasi Radar Jogja.....	53
H. Struktur Organisasi	55
BAB III PEMBAHASAN	
A. Sajian Data.....	56
1. Perencanaan Promosi	57
2. Proses Implementasi.....	67
3. Evaluasi	77
B. Pembahasan	80
1. Perencanaan komunikasi pemasaran Radar Jogja	80
2. Pelaksanaan kegiatan Promosi	92
3. Evaluasi Hasil Promosi	98
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Eksemplar Jawa Pos Radar Jogja Tahun 2016.....	6
Tabel 3. 1 Aktivitas Promosi Radar Jogja pada Tahun 2016.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Market Share Penjualan Koran Radar Jogja dan Harian Jogja Rata-rata per Bulan	6
Gambar 1. 2 Kegiatan Event Radar Jogja	8
Gambar 1. 3 Daftar Alat Utama dalam Pemasaran Humas	25
Gambar 2.1 Logo Radar Jogja.....	45
Gambar 3. 1 Kompetisi Basket Tahun 2016	74
Gambar 3. 2 Parent Gathering Tahun 2016	74

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konentrasi 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.

ABSTRACT

Muhammadiyah University Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Communication Science Department
Advertising Concentration

DWIKI NURHIDAYAT (20130530042)

Marketing Communication Strategy of Radar Jogja in Maintaining the 2016 Turnover

Year : 2018 + 105 Pages

Bibliography : 19 Books + 2 Online Sources.

This study tries to analyze the marketing communication strategy of Radar Jogja in maintaining their turnover. Radar Jogja is known as a local daily newspaper in Yogyakarta.

The theory framework of this research is marketing communication in order to analyze the marketing communication strategy of Radar Jogja. This research uses descriptive qualitative research method. The source data comes from interviews and documentation. The interview is conducted with three informants.

The results show that marketing communication becomes the important factor in maintaining the turnover of Radar Jogja. Marketing communication activities undertaken include sales promotion, event and experience, and advertising. Sales promotions are made to increase sales turnover through discount programs, merchandise, and incentives for the newsagent partners. While the event and experience are done to maintain the relationship with the customer. And the advertising is done to support the success of promotional activities.

Keywords: Marketing Communication, Turnover, Radar Jogja.