

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU POLITIK DAN SOSIAL

KONSENTRASI ADVERTISING

DITA NUR IKHSAN

20080530082

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH CAMPUSMAGZ
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI PROVINSI DIY
PERIODE 2011**

Tahun skripsi:2012+101halaman+4grafik+5gambar+2tabel

Daftar kepustakaan:11buku (1991-2010)

Penelitian ini membahas bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran Majalah Campusmagz dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi Majalah Campusmagz dalam meningkatkan jumlah pelanggan di DIY. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Strategi dan alat komunikasi pemasaran, bauran pemasaran, proses perencanaan strategi komunikasi pemasaran, pengaruh komunikasi pemasaran terhadap jumlah pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menginformasikan fakta dan menguraikan situasi atau peristiwa yang ada. Objek yang diteliti merupakan strategi komunikasi pemasaran Majalah Campusmagz. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan setelah mengumpulkan data, yaitu mereduksi data, menyajikan data dan menyimpulkan data.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran Majalah Campusmagz lebih banyak menggunakan elemen komunikasi pemasaran secara pull strategi dibandingkan push strategi dan profile strategi. Melalui elemen komunikasi yang telah dilaksanakan oleh Majalah Campusmagz dalam meningkatkan jumlah pelanggan terbilang berhasil.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi pemasaran, Majalah Campusmagz, Meningkatkan