

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

***CAMPUSMAGZ MAGAZINE MARKETING COMMUNICATION STRATEGY
IN INCREASING NUMBER OF CUSTOMERS IN DIY PROVINCE 2011
PERIOD***

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh

**Dita Nur Ikhsan
20080530082**

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

HALAMAN PENGESAHAN

Telah Dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 5 Desember 2012
Tempat : Ruang Editing
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Haryadi Arief NR., S.IP., M.Sc.

Penguji I

Penguji II

Adhiyanti Nurjanah, S.Soc., M.Si.

Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)
Tanggal 5 Desember 2012

Aswad Ishak, S.IP, M.Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dita Nur Ikhsan

Nomor Mahasiswa : 20080530082

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH CAMPUSMAGZ DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI PROVINSI DIY PERIODE 2011”**

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh

MOTTO

“ Kesuksesan setiap orang JALAN nya berbeda-beda, baik CARA maupun WAKTU”

“ Jangan tunda sampai besok apa yang bisa engkau kerjakan hari ini”

“ Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah “ (Lessing)

“Tadilah seperti pohon kayu yang tumbuh di tepi jalan & berbuah lebat di lereng

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, yang Maha Pemurah, Maha Pengasih, Maha Pemberi Karunia, Terimakasih atas jalan terbaik yang telah Engkau berikan untukku.

Kedua orang tuaku tercinta, Murdiwiyono & Ambarwati SW. Mom & Dad Terima kasih banyak buat semangat yang selalu kalian berikan kepada saya, tidak pernah lelah mengingatkan saya untuk segera menyelesaikan akan tanggung jawab besar buat saya ini dan akhirnya AKUUUUU LULUSSSSSS.

Buat saudaraku, kakak & adik ku tercinta Ardi & Irfan terimakasih atas doa, semangat dan dukungannya

Buat Keluarga Besar Hj. Suharmaji & Kakek Adiwiyono Terima Kasih Doa nya.

My Cat, Yellow, Wanda, Melody, Melli, Vorza, Jupe & Sellin Makasih sudah selalu menemani dan menjadi hiburan penghilang stress.

Terimakasih buat kalian semua yang selalu memberi semangat :

Rizqi, Lala, Erma, bg Mamet, Wahyu Arif, Tata, Mbaa Ari, Mba Uji, Riza, Adid, Tante eno, Om Arif, Tulus, Ari Muslandhany, Debris, Asih, Radin, Mey, aa ari, Mami Grandis, Ny Sary, Danu, Neng Fitri, Dede, Fian, Endah, Fanny, Zaky, Fajar, Iham, SFC Jogja, Didik, Nia (Non), Tanty, Monik, Citra, bg Eza, Arya Tanaka, Mas Satya Raya Mas Hamzah Charia Putri Dinda (Batu Kemper) Dhani Mas Candea

**Ariel, Mas Dhani, aa Deden, Mia Mikyuu, Nath, Lucky, Geni, Jëssika, Tuan Sakti,
Misra Ayoe, Pewe, Kapten Dani, Landung, Rangga, erna, Robi, Tris, Mas Arya
Weda, Tyo Budiman, Ival, Daus, Mas Darpito, Mba Ayu, Zian, Eko, Elok, Intan,
Feradita, Intan Puspita Sari, Yuyun, Wulan Cantik, Ninda, Ovi, Hesty, Pipit, Susi,
Prana, Arga, Tita, Uland, Zulmi, Aya, Yuli, Bagas Sulistya, Olivia, Baas, Abduh,
Iza, Siwok, Barna, MPR, bg Al, bg Sinyo, Mba Rasi, Mba ina, aa amrie, Asep, Ayu
jkt, Nurul, Hanny, Adin, Anda, Mas Azani, Aditiya Prayoga, Ade, Mahar, Entin,
Mas Reko, Agung, Dilla, Dwi Surya, Fio, Risna, Erind, Joe, Iyok, Mba Nenik, Bg
Yanda, Heri, Rian, Tasya, Titis, Agam, Teman-Teman Komunikasi 2008 &
Hlmamater by Terimakasih semuanya "I LOVE YOU ALL"**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT pemilik segala ilmu pengetahuan dan penguasa alam semesta beserta isinya. Tidak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW beserta sahabat beliau. Atas berkah dan hidayah Allah SWT serta kebesaran-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH CAMPUSMAGZ DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI PROVINSI DIY PERIODE 2011”**. Untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan program studi strata 1 (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas ISIPOL Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini, penulis selesaikan dengan usaha, bantuan, bimbingan, dan dorongan dari semua pihak. Sehingga sepantasnya penulis pada kesempatan yang berbahagia ini untuk menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Nurmandi, M.sc Selaku Dekan Fakultas ISIPOL Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan

arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai

3. Ibu Adhianty Nurjanah, S.Sos., M.Si. Selaku dosen penguji I. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, dan bantuannya sehingga dapat terselesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si. Selaku dosen penguji II. Terima kasih atas waktu, pertanyaan dan koreksi dalam penulisan skripsi ini agar menjadi lebih baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas ISIPOL Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Seluruh staf dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Ayah dan My Mom yang telah memberikan cinta, kasih sayang tak terhingga, bimbingan sejak lahir, dan kekuatan bagi penulis untuk terus maju dan pantang menyerah, saudara-saudaraku Mas Arditya Wahyu Romadhon dan dek Irfan Ma'ruf Assidiq dan seluruh Keluarga Besarku yang selalu membuatku merasa nyaman, merasa beruntung dan merasa berarti dalam menjalani hidup.
8. Sahabat-sahabatku Rizqi, Lala, Erma Ratna Shanty, Bang Mamet, terimakasih atas dukungan dan doanya.
9. Teman-teman seperjuangan, Wulan Cantik, pipit, Ninda, Ovi, Tita, Pewe, Hesti, Susi dan semua teman-teman komunikasi 2008.
10. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat

penyusun mengucapkan satu persatu terimakasih atas bantuan, dukungan dan

Akhir kata penulis berharap semoga amal kebaikan yang telah diberikan
mendapat balasan dari Allah SWT. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 5 Desember 2012

Penulis

Dita Nur Ikhsan

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Grafik.....	xv
Abstrak	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
F. Metode Penelitian.....	32
BAB II. GAMBARAN UMUM DEDICAHIAN	40

A. Sejarah Singkat.....	40
B. Struktur Organisasi.....	46
C. Tujuan Berdirinya Majalah Campusmagz.....	48
BAB III. SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	49
A. SAJIAN DATA.....	49
1. Pendistribusian Majalah Campusmagz.....	51
2. Langkah-langkah untuk menentukan strategi komunikasi pemasaran Majalah Campusmagz untuk meningkatkan jumlah pelanggan	56
a. Produk.....	57
b. Konsumen yang dituju Majalah campusmagz.....	59
3. Bauran Komunikasi Pemasaran Majalah Campusmagz...	62
a. Periklanan.....	62
b. Promosi Penjualan.....	63
c. Hubungan Masyarakat.....	67
d. Penjualan Personal.....	68
e. Pemasaran Langsung.....	70
4. Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap jumlah Pelanggan.....	71
B. PEMBAHASAN	
1. Pendistribusian Majalah Campusmagz.....	76

2. Strategi Komunikasi pemasaran.....	78
3. Bauran Pemasaran.....	87
4. Proses Perencanaan Strategi Komunikasi pemasaran..	95
5. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Jumlah Pelanggan	97
BAB IV. PENUTUP	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Relasi antara Bauran Pemasaran dan Bauran Komunikasi23

Tabel 1.2 Konsep Umum Komunikasi 24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Push Strategy.....	12
Gambar 2 Pull Strategy	13
Gambar 3 Model Analisis Interaktif	38
Gambar 1.1 Gambar Cover Majalah Campusmagz	59
Gambar 1.2 Model Analisis Interaktif	

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Segmentasi Pasar Majalah Campusmagz	2
Grafik 1.2 Data Perkembangan Jumlah Cetak	4
Grafik 1.3 Data Majalah Yang Terjual	5
Grafik 1.4 Data Pertumbuhan Jumlah Pelanggan	7

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