

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Erna Widyawati (20120530264)

Strategi Promosi PT. Tempo Inti Media Tbk. Biro JATENG - DIY Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengiklan Surat Kabar Harian Tempo Periode 2013 - 2015

Tahun Skripsi : 2016 + 87 halaman

Daftar Kepustakaan : 19 buku + 5 website

Promosi merupakan alat atau sarana dalam mengkomunikasikan atau menyampaikan pesan kepada konsumen atau khalayak umum, pesan yang disampaikan harus dikomunikasikan dengan jelas, tepat, dan komunikatif agar pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik tanpa adanya gangguan dan tepat sasaran sehingga pesan tersebut efektif, efisien dan sesuai dengan tujuan yang dicapai. Suatu perusahaan tentunya memiliki strategi yang berbeda – beda dalam menarik konsumen agar tertarik dengan produk – produk yang ditawarkan. Strategi tersebut direncanakan agar kegiatan yang dilakukan dapat berjalan dengan efektif dan efisien sesuai target dan tujuan yang dicapai.

Bagi perusahaan yang bergerak didunia media, harus memiliki berbagai ide – ide dan inovasi yang kreatif dan segar agar selalu *up to date* dan dapat bersaing dengan kompetitor – kompetitor yang semakin menjamur, selain itu perkembangan teknologi yang semakin mutakhir memberikan dampak yang sangat signifikan bagi perusahaan media karena pengaruh digital yang semakin canggih. Pengaruh digital media

memberikan dampak yang sangat signifikan bagi perusahaan – perusahaan media, banyak masyarakat yang memilih atau bergeser ke media digital dalam mengakses informasi, ini merupakan tantangan yang harus dihadapi bagi perusahaan media khususnya media cetak, mereka harus terus mengembangkan dan berkarya agar tetap menjadi pemimpin pasar.

Penelitian ini berusaha untuk menganalisis strategi promosi PT. Tempo Inti Media Tbk. Biro JATENG – DIY dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pengiklan Surat Kabar Harian Tempo Periode 2013 – 2016. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, lokasi penelitian yang dilakukan adalah di Jl. Kolonel Sugiono No. 47 Keparakan, Mergangsan, Yogyakarta kantor perwakilan Tempo Media Tbk biro JATENG dan DIY. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi dan pengumpulan berkas, arsip atau dokumen resmi Tempo Media. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif. Uji validitas data yang diterapkan adalah dengan menggunakan triangulasi.

Hasil yang dilakukan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. Tempo Inti Media Tbk menggunakan strategi melalui perencanaan dan menggunakan bauran promosi yaitu advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing.

Kata kunci : Strategi promosi, meningkatkan jumlah pengiklan, SKH Tempo biro JATENG – DIY.

ABSTRACT

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication Studies
concentration Advertising**

Erna Widyawati (20120530264)

**Promotion Strategy PT. Tempo Inti Media Tbk. JATENG Bureau - DIY to Increase Number of Advertisers At Tempo Daily Newspaper Period 2013 – 2016
Thesis Year: 2016 + 87 pages**

References: 19 books + 5 website

Promotion is the means to communicate or convey a message to consumers or the general public, the message must be communicated clearly, accurately, and communicative so that the message can be conveyed properly without interruption and on target so that the message effectively, efficiently and in accordance with objectives are achieved. A company must have a strategy that is different - different in attracting consumers to be attracted to the product - the product being offered. The strategy is planned for activities that can run effectively and efficiently in accordance with the goals and objectives are achieved.

For companies engaged in the world media, should have a variety of ideas - ideas and creative innovation and fresh so that is always up to date and able to compete with competitors - competitors are mushrooming, in addition to the development of an increasingly technological edge provides a very significant impact for media

companies because of the influence of increasingly sophisticated digital. The influence of digital media provides a very significant impact for the company - a media company, a lot of people who choose or shift to digital media in accessing information, this is a challenge that must be faced for enterprise media, especially the print media, they must continue to develop and work in order to remain a leader market.

This study sought to analyze promotional strategies PT. Tempo Inti Media Tbk. JATENG Bureau - DIY in Efforts to Increase Number of Daily Newspapers Tempo Advertiser period 2013 - 2016. In this research method used was descriptive method, the location of the research is on Jl. Colonel Sugiono No. 47 Keparakan, Mergangsan, Yogyakarta representative office of Tempo Media Tbk bureau JATENG and DIY. Data collection method used in this research is by interview, observation and collection of files, records or official documents Tempo Media. Data analysis technique used is qualitative analysis. Test the validity of the data that is applied is by using triangulation.

Results were conducted in this study concluded that PT. Tempo Inti Media Tbk using strategy and planning through using promotional mix are advertising, sales promotion, personal selling, public relations, direct marketing

**Keywords: Promotional strategy, increase the number of advertisers , agencies
Tempo JATENG SKH - DIY.**

