

KOMPAS

AMANAT HATI NURANI RAKYAT

Sumber : <https://korporasi.kompas.id/>

Judul Skripsi :

**STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* INDUSTRI
MEDIA CETAK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
(STUDI KASUS : HARIAN KOMPAS)**

**Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama : Siti Sarah

NIM : 1610411177



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun di rujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Siti Sarah

Nim 1610411177

Jika dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Juli 2020

Yang menyatakan,



Siti Sarah

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Siti Sarah

Nim 16104 11177

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Judul : *Srategi Marketing Communication* Industri Media Cetak Dalam
Menghadapi Persaingan (Studi Kasus : Harian Kompas)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 1 (Satu) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dab Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama



(Dra. Siti Maryam, M.Si)

Pembimbing Pendamping



(Dra. Hermina Simanihuruk M.M)

Ketua Program Studi



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom)

Ditetapkan : Jakarta

Tanggal : 16 Juli 2020

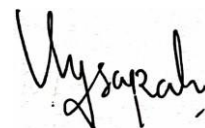
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala berkat yang telah melimpahkan, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan benar. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Studi Strata 1 Program Studi yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu penelitian dalam penyusunan Skripsi, yaitu kepada:

1. Alm. Ayah dan Mama tercinta yang selalu memberikan dukungan dan do'a yang tidak pernah putus untuk penulis setiap waktu, karena dukungan dan do'a, penulis dapat menyelesaikan setiap mata perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi. Dan juga ter-untuk kedua adik laki-laki penulis yang tersayang Ikhsan Ramadhan dan Muhammad Rizki, karna Nya penulis selalu bersemangat dan memiliki motivasi yang tinggi agar dapat menjadi contoh kakak yang baik.
2. Dra. Siti Maryam. Msi selaku Dosen Pembimbing Skripsi Utama dan Dra. Hermina Simanihuruk M.M selaku Dosen Pendamping. Terima Kasih banyak atas segala bimbingan, saran, dan masukannya yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembanguna Nasional "Veteran" Jakarta.
4. Maria Febiana Christianti, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembanguna Nasional "Veteran" Jakarta.
5. Staff Tata Usaha serta Staff Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembanguna Nasional "Veteran" Jakarta.

6. Seluruh informan Mba Tarrence, Mas Juanda, Mas Eko, Kak Abigail, Mas Priyanto, Mba Dania, staff dan jajaran Harian Kompas dalam membantu penulis untuk mendapatkan data dan informasi terkait penelitian.
7. Teman-teman seperjuangan penulis dalam menyusun skripsi Sarah Nabila, Kiki, Prita, Indah, Dewi, Meirisca, Ratih.
8. Seluruh orang terdekat yang penulis sayangi, yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan yang tak henti-hentinya kepada penulis : Wenah, Resti, Ica, Lulu, Mumut, Bella, Pipit, Kemal, Yudis, Daniel, Nia. Dan Gawang yang telah menemani dan mendukung penulis sejak Sekolah Menengah Atas sampai penulis tes perkuliahan hingga penulis diterima di Perguruan Tinggi Negeri di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
9. Virda, Yosi, Gladis teman-teman kost yang senantiasa menemani penulis sejak awal masa perkuliahan dan selalu menyemangati penulis.
10. Keluarga kedua penulis di Kampus yaitu Unit Kegiatan Mahasiswa Teater Hijau Lima Satu yang selalu memberikan banyak pengetahuan, pengalaman dan pembelajaran untuk penulis.
11. Serta teman-teman seperjuangan di konsentrasi *Advertising*, teman-teman satu Prodi Ilmu Komunikasi yang selalu berjuang bersama. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu namanya oleh penulis.

Jakarta, 16 Juli 2020



Siti Sarah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Sarah

Nim 1610411177

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang
berjudul:

**“STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* INDUSTRI MEDIA
CETAK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN (STUDI KASUS :
HARIAN KOMPAS)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Hak Bebas
Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak
menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan
data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Skripsi saya selama
tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik
hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada Tanggal : 16 Juli 2020

Yang menyatakan,



Siti Sarah

STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* INDUSTRI MEDIA CETAK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN (STUDI KASUS : HARIAN KOMPAS)

Siti Sarah

ABSTRAK

Saat ini semakin majunya perkembangan teknologi dan informasi, membuat perusahaan media cetak perlahan menjadi hilang keberadaanya. Dilihat dari peminatnya terhadap surat kabar menurun. Harian Kompas merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri media cetak yang hingga saat ini masih membagikan informasi kepada masyarakat, dan dapat bersaing dengan media industri cetak lainnya. Dalam hal ini Harian Kompas pastinya memiliki strategi *marketing communication* sendiri yang dimana membuat namanya saat ini tetap di hati pembacanya, **Tujuan** dari penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi *marketing communication* dalam menghadapi persaingan industri media cetak di Harian Kompas. **Metode** yang digunakan oleh penelitian adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. **Teknik pengumpulan data** yang dilakukan dengan cara peneliti adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. **Teknik analisis data** yang digunakan adalah model analisis data dari Miles dan Faisal yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, penyimpulan dan verifikasi kemudian kesimpulan akhir. **Hasil penelitian** ditemukan bahwa bauran komunikasi pemasaran pada surat kabar Harian Kompas menerapkan beberapa elemen, diantaranya periklanan (*advertising*), pemasaran langsung (*direct marketing*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan *Sponsorship*

Kata Kunci : *marketing communication*, industri media cetak, persaingan

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF PRINTED MEDIA
INDUSTRY IN FACING COMPETITION (CASE STUDY: COMPASS DAILY)**

Siti Sarah

ABSTRACT

At present the more sophisticated the development of technology and information, making print media companies increasingly lost their existence. Seen from the demand for newspapers decreased. Harian Kompas is one of the companies engaged in the print media industry that is currently still sharing information with the public, and can compete with other print media. Kompas Daily certainly has its own marketing communication strategy that keeps its readers in the hearts of readers. The purpose of this study is to analyze marketing communication strategies in the face of competition in the print media industry at Kompas Daily. The method used by research is a qualitative case study. Data collection techniques conducted by researchers are interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used is the model of data analysis from Miles and Faisal which consists of data reduction, data presentation, conclusion and verification then the final conclusion. The results of the study found about the marketing communication mix in the Kompas Daily newspaper applying several elements, promoting advertising (advertising), direct marketing (direct marketing), sales promotion (sales promotion), personal selling (personal selling), interactive marketing (interactive marketing, relationships community (public relations) and sponsorship.

Keywords : *marketing communication, print media industry, competition*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS SKRIPSI	
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Signifikansi Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Konsep – Konsep Penelitian	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>)	14
2.2.2 Strategi <i>Marketing Communication</i>	16
2.2.3 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	18
2.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.5 Perencanaan Media	28
2.2.6 Tujuan <i>Marketing Communication</i>	29
2.2.7 Persaingan	29
2.2.8 Industri Media Cetak.....	30

2.2.9 Media Massa Cetak	36
2.3 Kerangka Berfikir.....	39
BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1. Metode Pengumpulan Data	40
3.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3 Penentuan <i>Key Informan</i> dan Informan	43
3.4 Teknik Analisis Data.....	44
3.5 Teknik Keabsahan Data	45
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	47
BAB IV	49
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.1.1 Profil Harian Kompas.....	49
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	50
4.1.3 Nilai – Nilai Dasar Perusahaan	52
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	53
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Menumbuhkan Kesadaran Masyarakat Terhadap Harian Kompas	56
4.2.2 Meningkatkan Keinginan Memiliki Surat Kabar Harian Kompas	62
4.2.3 Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Harian Kompas	66
4.2.4 Perencanaan Media dalam Mempromosikan Produk Harian Kompas	68
4.2.5 Tujuan <i>Marketing Communication</i> Harian Kompas	71
4.2.6 Strategi <i>Marketing Communication</i> Harian Kompas	72

4.2.7 Upaya Harian Kompas dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak	74
4.2.8 Tantangan Harian Kompas Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak	76
4.3 Pembahasan Penelitian	79
4.3.1 Strategi <i>Marketing Communication</i>	79
4.3.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	82
4.3.3 Perencanaan Media Surat Kabar Harian Kompas	90
4.3.4 Tujuan <i>Marketing Communication</i>	92
4.3.5 Upaya Harian Kompas dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Cetak	93
4.3.6 Tantangan Harian Kompas Dalam Menghadapi Persaingan Industri	94
BAB V	96
KESIMPULAN DAN SARAN	96
4.1 Kesimpulan	96
4.2 Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Kompas.....	49
Gambar 2 Struktur Organisasi Harian Kompas.....	53
Gambar 3 Booth Surat Kabar Harian Kompas di Halte Blok M.....	59
Gambar 4 Booth Surat Kabar Harian Kompas di Halte Monas.....	60
Gambar 5 Booth Surat Kabar Harian Kompas di Halte Harmoni.....	60
Gambar 6 Booth Harian Kompas dalam event KTF.....	61
Gambar 7 Mengajak pengunjung bermain tebak gambar.....	61
Gambar 8 Penjualan surat kabar Harian Kompas dalam bentuk market place di Blibli.com.....	65
Gambar 9 Penjualan surat kabar Harian Kompas dalam bentuk market place di Lazada.....	66
Gambar 10 Platform Youtube Harian Kompas.....	91
Gambar 11 Platform Twitter Harian Kompas.....	91
Gambar 12 Platform Facebook Harian Kompas.....	91
Gambar 13 Platform Instagram Harian Kompas.....	92

DAFTAR TABEL

Table 1 Daftar Pesaing.....	3
Table 2 Penelitian Terdahulu.....	12
Table 3 Kerangka Berfikir	39
Table 4 Waktu Penelitian	48