

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MAJALAH TREN  
BOGOR DALAM UPAYA PERTAHANKAN JUMLAH OPLAH  
PENJUALAN**

**SKRIPSI**

**DIHANIA PRILLIA HAPSARI  
044115470**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JULI 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

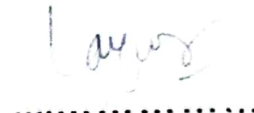
Skripsi yang disusun oleh

Nama : Dhania Prillia Hapsari  
NPM : 044115470  
Judul Skripsi : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah  
Tren Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah  
Oplah Penjualan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Jurusan Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Layung Paramesti Martha, M.Si  
NIP: 1.0616049756



Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom  
NIP: 1.0616049760



Pembaca : Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn.  
NIP: 1.0113001607



Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal : 2019  
oleh

Dekan Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H, M.Hum  
NIP. 1.0536.008.229

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Muslim, M.Si  
NIP. 1.0909.048.513



## ABSTRAK

Dhania Prillia Hapsari NPM 044115470. “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Tren Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Oplah Penjualan”. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah bimbingan: Layung Paramesti Martha, M.Si (I) dan Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom (II).

Komunikasi memegang peranan penting untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan dalam mendukung strategi pemasaran suatu perusahaan. Selain itu, kegiatan komunikasi pemasaran adalah kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, menjalin maupun menciptakan interaksi antara perusahaan dengan mitra usaha maupun konsumen dan merupakan suatu usaha untuk mengkomunikasikan perusahaan, produk maupun jasa kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Tren Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Oplah Penjualan. Mulai dari proses analisa situasi, pesan yang ingin disampaikan, penentuan target market, sampai proses promosi yang digunakan. Dalam merumuskan strategi diperlukan dukungan konsep-konsep teori yang teruji kebenarannya. Untuk menganalisis strategi tersebut, penelitian ini menggunakan strategi komunikasi pemasaran 4P (*product, price, promotions, place*) menurut Kotler Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Informan kunci adalah *General Manager* dan *Admin Marketing & Distribution*, serta 2 informan yaitu Pimpinan Redaksi dan *Graphic Designer*. Menggunakan teknik analisa data dengan tahapan reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan triangulasi. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, studi literatur, dokumentasi, penelusuran data online, dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa analisis strategi yang digunakan dalam upaya mempertahankan jumlah oplah penjualan ini menggunakan pendekatan teori komunikasi pemasaran. Yang menjadi target konsumen adalah tempat-tempat usaha yang strategis seperti hotel, restoran, *mall* dan tempat lainnya serta individu yang berkunjung ke tempat-tempat tersebut. Harga yang ditawarkan variatif disesuaikan dengan lamanya berlangganan majalah. Promosi yang digunakan adalah *personal selling* atau pemasaran langsung, *sales promotion* atau promosi penjualan dan *public relation*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dengan menggunakan bauran pemasaran untuk Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Tren Bogor Dalam Mempertahankan Jumlah Oplah Penjualan.

**Kata Kunci** : Analisis strategi, komunikasi pemasaran, majalah Tren Bogor