

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI JAWA POS RADAR MADIUN DALAM
MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN DI KORAN HARIAN PADA
MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



CLARISA LINDA PRATIWI

18240659

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN LOGO



**ANALISIS STRATEGI PROMOSI JAWA POS RADAR MADIUN DALAM
MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN DI KORAN HARIAN PADA
MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas – Tugas Akhir dan

Memenuhi Syarat – Syarat untuk Mencapai

Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial Dan

Ilmu Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

Oleh :

CLARISA LINDA PRATIWI

18240659



PROGRAM ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Clarisa Linda Pratiwi / 18240659 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 8 Juli 2022

Pembimbing I



Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

Pembimbing II



Deny Wahyu Tricangga, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0707078204

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Clarisa Linda Pratiwi,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Kamis

Tanggal : 14 Juli 2022

Pukul : 14.00-15.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Pengaji I



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN. 0728018304

Pengaji II



Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204

Pengaji III



Krisna Megantari, M.A
NIDN. 0724048604

Mengetahui,

Dekan,



MOTTO

“Tidak ada proses yang mudah, untuk hasil yang indah”



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Clarisa Linda Pratiwi

Alamat : Jalan MT. Haryono No. 55, Jingglong, Ponorogo

NIM : 18240659

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

“Analisis Strategi Promosi Jawa Pos Radar Madiun Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan Di Koran Harian Pada Masa Pandemi Covid-19”

Adalah hasil observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan hasil karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 28 Juli 2022



(Clarisa Linda Pratiwi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Promosi Jawa Pos Radar Madiun Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan Di Koran Harian Pada Masa Pandemi Covid-19”.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit juga bantuan, arahan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph. D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M. A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo, serta selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan banyak arahan dalam penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua dan kakak-kakak saya yang sudah mendoakan dan mendukung dalam penyusunan skripsi saya sampai selesai.

4. Teman-teman baik saya, Chiang-Chiang, Ary Kurniawati, Maya Hilda, Mega Octavia, dan Ri'fa Septian, yang sudah menemani dan membantu dalam proses penelitian.
5. Bapak Ockta Prana L. selaku General Manager, Bapak Dony Christiandi selaku Manajer Iklan, Mbak Elin, Mbak Ana, Mbak Alfi, dan Mas Osi selaku Account Executive, serta pelanggan iklan Jawa Pos Radar Madiun yang sudah berkenan menjadi informan dalam penelitian saya.
6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018 yang telah memberikan banyak kenangan selama duduk di bangku perkuliahan.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah bersedia membantu dan mendukung dalam segala hal yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini. Semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu, saran, kritik dan perbaikan yang membangun sangat penulis nantikan kedepannya. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 30 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori	8
1. <i>Public Relation</i>	8
2. Media	10
3. Iklan	12
4. Promosi	14
5. Bauran pemasaran	17
B. Kerangka Pikir	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Lokasi Penelitian	22
B. Jenis Penelitian	22
C. Subjek dan Objek Penelitian	23
D. Data dan Sumber Data	23
E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Validitas Data	27
G. Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	29
B. Sejarah Lembaga	31
C. Hasil Dan Penelitian	33
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Instansi Radar Madiun	29
Gambar 2. Struktur Organisasi Radar Madiun	30
Gambar 3. Program Iklan Instansi	36
Gambar 4. Program Iklan UMKM	36
Gambar 5. Program Iklan Kuliner	37
Gambar 6. Promosi Melalui Koran	42
Gambar 7. Promosi Melalui Media Sosial	43
Gambar 8. Penawaran Program Iklan Kepada Konsumen	45
Gambar 9. Penerbitan Berita Dari Instansi	48
Gambar 10. Penggunaan Model Pada Program Iklan	49
Gambar 11. Contoh Desain Berita Iklan Radar Madiun	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Narasumber	24
Table 2. Deskripsi Instansi	29

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PROMOSI JAWA POS RADAR MADIUN DALAM MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN DI KORAN HARIAN PADA MASA PANDEMI COVID-19

Oleh

CLARISA LINDA PRATIWI

Skripsi ini berjudul Analisis Strategi Promosi Jawa Pos Radar Madiun Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan Di Koran Harian Pada Masa Pandemi Covid-19. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi promosi Jawa Pos Radar Madiun pada masa pandemi covid-19 serta mengetahui kendala yang dihadapi Jawa Pos Radar Madiun dalam menjalankan strategi promosi pada masa pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang dilatar belakangi oleh dampak dari pandemi covid-19 yang berpengaruh terhadap penurunan omset perusahaan. Awalnya kendala yang dihadapi oleh perusahaan hanya persaingan antar media lokal, kemudian pada saat pandemi mulai merebak diseluruh wilayah termasuk di wilayah eks-Karisidenan Madiun, Jawa Pos Radar Madiun mengalami penurunan jumlah pengorder iklan dari tahun 2019 ke 2020 sebanyak 20%.

Untuk mengetahui strategi promosi Radar Madiun, penelitian ini dianalisis menggunakan teori *marketing mix 9P* dari Fandy Tjiptono. Strategi promosi tersebut membuat pengaruh yang cukup signifikan, karena ditahun 2021 perusahaan mengalami kenaikan jumlah pengorder iklan sebanyak 20% dan omset perusahaan juga ikut meningkat berkisar 1,2%.

Namun masih terdapat kendala yang dihadapi Jawa Pos Radar Madiun dalam menjalankan strategi promosinya di masa pandemi covid-19 yaitu pada komponen *price* dimana harga dirasa terlalu mahal untuk pelaku bisnis pada saat pandemi covid-19. Kemudian dari komponen *people* atau orang, perusahaan masih menggunakan model dari karyawan Radar Madiun sehingga kurang menarik minat konsumen yang ingin memasang iklan.

Kata kunci : Iklan, Promosi, *Marketing Mix 9P*, Koran

ABSTRACT

ANALYSIS OF PROMOTIONAL STRATEGY JAVA POS RADAR MADIUN IN ATTRACTING THE INTEREST OF ADVERTISERS IN THE DAILY PAPER DURING THE COVID-19 PANDEMIC

BY

CLARISA LINDA PRATIWI

This thesis is entitled Analysis of the Promotion Strategy of Jawa Pos Radar Madiun in Attracting the Interest of Advertisers in Daily Newspapers During the Covid-19 Pandemic. The purpose of this study was to determine the promotion strategy of Jawa Pos Radar Madiun during the covid-19 pandemic and to find out the obstacles faced by Jawa Pos Radar Madiun in carrying out promotional strategies during the covid-19 pandemic. This study uses a qualitative descriptive research method, which is motivated by the impact of the covid-19 pandemic which affects the decline in company turnover. Initially, the only obstacle faced by the company was the competition between local media, then when the pandemic began to spread throughout the region, including in the ex-Karisidenan Madiun area, Jawa Pos Radar Madiun experienced a 20% decrease in the number of ad orders from 2019 to 2020.

To find out Radar Madiun's promotion strategy, this study was analyzed using the 9P marketing mix theory from Fandy Tjiptono. This promotional strategy made a significant impact because in 2021 the company experienced an increase in the number of advertising orders by 20% and the company's turnover also increased by around 1.2%.

However, there are still obstacles faced by Jawa Pos Radar Madiun in carrying out its promotional strategy during the covid-19 pandemic, namely the price component where the price is deemed too expensive for business people during the covid-19 pandemic. Then from the people component, the company still uses the model from Radar Madiun employees so that it is less attractive to consumers who want to advertise.

Keywords: Advertising, Promotion, Marketing Mix 9P, Newspaper