

Strategi pemasaran majalah remaja: suatu analisa promosi gadis dan anita

Hutabarat, Tony Achri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71405&lokasi=lokal>

Abstrak

Marketing adalah elemen yang penting dalam bisnis. Betapapun bagusnya sebuah produk atau jasa, tanpa usaha dan strategi marketing yang tepat produk dan jasa tersebut tidak dapat dijual. Marketing mix terdiri dari produk, harga (price), tempat (place), dan promosi. Komponen promotion mix yang terakhir (promosi) adalah elemen komunikasi dan marketing. Promosi adalah hal penting yang perlu diperhatikan oleh seorang marketer. Sebuah produk atau jasa harus dipromosikan. Untuk menjalankan sebuah strategi promosi yang baik, beberapa hal harus diperhatikan oleh seorang promoter. Seorang promoter yang baik mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumennya.

Tesis ini adalah tentang promosi dua majalah remaja, Anita dan Gadis. Peneliti memutuskan untuk meneliti keduanya karena Gadis dan Anita mengincar pasar yang sama: remaja perempuan. Performa keduanya berbeda. Gadis pada posisi atas dan Anita berada di bawah Gadis.

Tesis ini bertujuan untuk menemukan perbedaan strategi promosi diantara kedua majalah remaja tersebut. Berdasarkan data yang didapat dari in-depth interview, peneliti menentukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi sukses suatu kampanye promosi pada majalah Anita dan Gadis.

.....Marketing is an important element in business. No matter how excellent a service or a good is, it will not be sold without a marketing strategy. Marketing mix consists of product, price, place, and promotion. The last component (promotion) is the "communication" of marketing. Despite the importance of three other marketing mix promotion is the crucial thing that a marketer should pay attention to. A good product should be promoted. A good promoter is someone who understands the needs and wants of his customers.

This thesis is about promotion of two teenage magazines, Anita and Gadis. The writer decided to do research because both magazines have the same market: teenage girls. They have shown different performances, though. Gadis is the top magazine in the country. Its existence has been known very well. Anita, on the other hand, is not that lucky.

The thesis focuses on finding out what the two magazines have done and have not done in terms of promotion. Based on the data obtained from in-depth interviews with the two magazines, the writer has made a conclusion and suggestion. Using the method of difference and method of agreement, the writer managed to find out what crucial efforts should be done to make a promotion successful.