

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK
MINAT PEMASANG IKLAN KORAN
(Studi pada PT. JOMBANG INTERMEDIA PERS -
Jawa Pos RADAR JOMBANG)**

ABSTRAK

Oleh:

Dimas Surya Setyawan

Dosen Pembimbing:

Erminati Pancaningrum, ST., MSM

Iklan koran merupakan sarana untuk menawarkan atau mempromosikan suatu produk melalui media cetak (koran). Persaingan media yang semakin ketat mengharuskan seorang pemasar iklan untuk tetap dapat bersaing dan menjalankan tugasnya dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini dilatar belakangi dari hasil pra-penelitian yang menunjukkan adanya suatu fenomena minat pemasang iklan di koran. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena yang ada, serta menganalisa alasan yang melatar belakangi iklan media cetak (koran) masih diminati oleh konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan mencari sumber data melalui *in-depth interview* yang dilakukan terhadap 3 orang informan, pengumpulan dokumen, serta triangulasi sumber data dan teori yang dilakukan oleh peneliti. Hasil data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode *open coding*, *axial coding* dan *selective coding*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya faktor-faktor yang menjadi alasan pemasar iklan melakukan strategi pemasaran dalam menarik minat pemasang iklan yaitu; Segmentasi Pasar, *Positioning*, Kepercayaan Konsumen, Produk, Harga, Distribusi. Promosi, *People*, dan Proses.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Iklan Koran.