

Nomor Mahasiswa : 2014070429 / 2014070434
Nama Mahasiswa : Friska Silvana & Hartono Yuwono
Program/Angkatan : Eksekutif Muda / Angkatan 12
Judul Thesis : Strategi Pemasaran Koran Media Indonesia
Periode 2017-2020

ABSTRAK

Media memainkan peran penting dalam kehidupan publik saat ini. Seiring dengan kemajuan teknologi, khususnya TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) telah mengubah dunia media dengan sangat jelas.. *Potensial market* untuk memperebutkan *share* iklan untuk Koran Media Indonesia masih terbilang cukup besar. Pendapatan iklan dari koran Media Indonesia menjadi penghasil *revenue* terbesar dari seluruh pendapatan perusahaan secara keseluruhan. Oleh karena itu manajemen Media Indonesia memandang penting untuk tetap dapat mempertahankan pendapatan bahkan meningkatkan penjualan iklan dari Koran Media Indonesia. Thesis ini menggunakan penelitian eksploratori untuk mengetahui kondisi eksternal dan industri, serta menggunakan penelitian deskriptif untuk mengetahui persepsi pengiklan terhadap Koran Media Indonesia. Pada thesis ini juga digunakan *tools* pemasaran seperti PEST, *market potential*, *market growth*, analisis perilaku konsumen, *EFE Matrix*, *KSF*, *CPM*, *IFE Matrix*, *IE Matrix* dan *QSPM*. Dalam penggunaan beberapa *tools*, pihak manajemen dari Media Indonesia terlibat secara langsung. Setelah dianalisis lebih lanjut, diputuskan bahwa strategi pemasaran yang saat ini dijalankan masih kurang maksimal jika disesuaikan dengan kondisi industri saat ini, sehingga dirancang suatu strategi pemasaran yang baru. Dari beberapa alternatif strategi pemasaran yang telah disusun, dipilih strategi pemasaran yaitu *Market Penetration*. Kemudian dirancang implementasi dari strategi pemasaran, berikut jadwal implementasi yang dibutuhkan. Dengan implementasi strategi pemasaran baru ini diharapkan permasalahan perusahaan dapat diselesaikan, dan mendapatkan pengiklan baru. **KATA KUNCI** : Analisis Makro, Analisis Pasar, Strategi Pemasaran, Implementasi Strategi Pemasaran.