

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT NASIONAL TINTA MAS  
YOGYAKARTA DALAM MENCAPAI TARGET PENJUALAN MAJALAH  
SAHABAT GURU TAHUN 2020**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu  
Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas  
Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

**DESTY SYABEDRA**

20170530234

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desty Syabedra

NIM : 20170530234

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Pt Nasional Tinta Mas  
Yogyakarta Dalam Mencapai Target Penjualan Majalah Sahabat  
Guru Tahun 2020

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiasi dari karya orang lain, maka saya siap untuk menerima sanksi atas perbuatan yang telah dilakukan.

Yogyakarta, 26 Oktober 2021



Desty Syabedra

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Dengan penuh rasa syukur dan bangga, skripsi ini saya persembahkan**

**untuk:**

**Desty Syabedra.** Terima kasih sudah mau lelah dan berjuang sampai di titik ini. Perjalanan masih panjang, semoga bisa lebih kuat lagi dan bermanfaat untuk orang banyak.

**Mamak dan bapak,** manusia hebat panutan saya yang selalu berdiri tegak dalam kondisi apapun, yang sudah membesarkan, mendidik dan mengarahkan saya menjadi seorang yang lebih kuat dan tangguh.

**Mbak ratih Fitriarakasiwi** kakak terbaik didunia bagi saya, manusia yang tidak pernah absen untuk sabar dan setia mengulurkan bantuan apapun selama proses hidup saya menjadi orang yang lebih baik, terimakasih atas perjuanganmu selama ini.

**Arya Rimbawan** selaku adik laki-laki yang luar biasa mendukung serta menuntut saya sebagai seorang kakak yang harus bisa dijadikan panutan, tetap adekku semangat mbak yakin kamu akan sukses suatu hari nanti.

**Keluarga besar Muh. Zaidun** terkusus bundaku Himmatul Hasanah, yang sudah mendukung saya di segala kondisi dalam hal moril maupun materil.

**Sahabat saya,** Dinda Maurizka Amalia dan Adinda Aisyah, yang tidak pernah lelah untuk mendengarkan dan mengingatkan saya. Tiada hentinya saya ucapkan rasa syukur dan terima kasih untuk teman-teman baik yang masih berada disamping saya sampai proses penyelesaian tugas akhir ini selesai.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil‘alamin, puji syukur selalu terhaturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir penelitian skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Nasional Tintamas Yogyakarta Dalam Mencapai Target Penjualan Majalah Sahabat Guru Tahun 2020 ,” untuk melengkapi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata-1 ( S-1) Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2021 dengan lancar.

Pada hasil penelitian tugas akhir ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan. Peneliti sangat terbuka dengan segala bentuk kritik dan saran agar menjadi pembelajaran yang bermanfaat bagi peneliti. Proses penyelesaian tugas akhir ini tentunya juga tidak terlepas dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si selaku ketua prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si., selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M. selaku dosen pembimbing serta dosen favorite saya yang telah banyak memberikan arahan, masukan, serta revisi yang sangat banyak memberikan pengaruh dalam proses penyelesaian penelitian ini.
4. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. dan Bapak Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan baik saran maupun kritik secara detail sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik lagi.
5. Seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi UMY beserta staff dan jajarannya, yang telah memberikan peneliti ilmu dan pengalaman bermanfaat selama masa perkuliahan. Terima

kasih kepada Pak Jono, Pak Mur, serta Mba Siti yang sudah mempermudah peneliti dalam proses administrasi selama berstatus mahasiswi di Prodi IK UMY.

6. Kepada Semua keluarga yang selalu memberikan support moral maupun materil serta doa dalam kelancaran studi peneliti.
7. Manajemen PT Nasional Tintamas Yogyakarta yang telah mengizinkan peneliti untuk menjadikan SahabatGuru sebagai objek penelitian. Terima kasih khususnya kepada Mbak Arsi Dwiyani selaku Manager PT Nasional Tintamas, serta kepada Bapak Tolaal Badru selaku Kepala departemen sales marketing PT Nasional Tintamas yang sudah banyak membantu dalam proses penelitian ini.
8. Almamater prodi Ilmu Komunikasi 2017, khususnya teman-teman dari konsentrasi public relations yang sudah menghabiskan waktu bersama peneliti, yang sudah berbagi keluh kesah, serta support dan menginspirasi.

Yogyakarta, 26 Oktober 2021

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Desty Syabedra', with a large loop at the top and a horizontal stroke across the middle.

Desty Syabedra

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Kerangka Teori .....	12
1. Komunikasi Pemasaran .....	12
2. Bauran Pemasaran .....	16
3. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	18
4. Langkah-langkah Membangun Komunikasi Yang Efektif.....	22
5. Definisi Media Cetak.....	27
F. Metode Penelitian .....	30
1. Jenis Penelitian .....	30
2. Objek Penelitian .....	31
3. Teknik Pengumpulan Data .....	31
4. Teknik Analisis Data .....	33
5. Uji Keabsahan Data.....	35

6. Sistematika Penulisan .....	36
BAB II.....	38
PROFILE DAN GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN .....	38
A. Sejarah PT Nasional Tinta Mas .....	38
B. Visi Misi Perusahaan .....	40
C. Nilai Perusahaan .....	41
D. Struktur Organisasi.....	42
E. Lokasi PT Nasional Tinta Mas dan Media social SahabatGuru .....	42
F. Produk Sahabat Guru .....	43
BAB III .....	50
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Sajian Data .....	51
1. Analisa Target Market.....	52
2. Planning dan Decision (Perencanaan unsur-unsur pemasaran).....	58
3. Communication and Action .....	68
4. Evaluasi .....	80
B. Analisis Data .....	84
1. Proses Analisis Target Market PT Nasional Tintamas .....	85
2. Proses Menetapkan perencanaan unsur-unsur komunikasi Pemasaran PT Nasional Tintamas .....	87
3. Proses Merancang Pesan Dan Saluran Komunikasi Pemasaran PT Nasional Tintamas .....	97
4. Proses Mengumpulkan Respon Balik Dari Target Market (Evaluasi) PT Nasional Tintamas .....	100
A. KESIMPULAN .....	103
DAFTAR PUSTAKA .....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Riset PricewaterhouseCoopers (PwC) .....	2
Gambar 1. 2 Peluncuran Majalah SahabatGuru Oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Bapak Muhadjir Effendy.....	5
Gambar 1. 3 Data Persebaran Majalah Sahabat Guru di Indonesia .....	6
Gambar 2. 1 Logo PT Nasional Tinta Mas dan Logo SahabatGuru .....	41
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Nasional Tinta Mas .....	45
Gambar 2. 3 Produk Media Cetak SahabatGuru.....	48
Gambar 2. 4 Spesifikasi Produk SahabatGuru Cetak.....	49
Gambar 2. 5 Content Marketing SahabatGuru.....	57
Gambar 3. 1 Data Strategi Bisnis Model Canvas Dalam Analisis Customer Segments .....	57
Gambar 3. 2 Hasil Riset Tim SahabatGuru Terkait Potensi Target Pasar .....	60
Gambar 3. 3 Contoh Produk SahabatGuru Cetak .....	63
Gambar 3. 4 Rubrikasi yang dimuat SahabatGuru.com.....	64
Gambar 3. 5 Rubrikasi yang Dimuat di E-Magazine.....	65
Gambar 3. 6 Produk SahabatGuru Training.....	66
Gambar 3. 7 Spesifikasi Produk dan Harga Majalah SahabatGuru .....	68
Gambar 3. 8 Advertising Rate SahabatGuru.....	71
Gambar 3. 9 Advertising Rate SahabatGuru.....	72
Gambar 3. 10 Strategi Promosi melalui Audiensi di Daerah .....	75
Gambar 3. 11 Akun Instagram dan Website SahabatGuru .....	76
Gambar 3. 12 Webinar Pendidikan Gratis Untuk Guru .....	80
Gambar 3. 13 Data Progres Pencapaian Follow Up Daerah .....	82
Gambar 3. 14 Data Pelaksanaan Program.....	82
Gambar 3. 15 Data Penjualan Majalah SahabatGuru.....	83
Gambar 3. 16 Data Tingkat Kepuasan Target Audience Majalah SahabatGuru .....	83