

**STRATEGI PROMOSI BUKU NIKMATNYA PACARAN  
SETELAH PERNIKAHAN YANG DITERBITKAN OLEH  
PRO-U MEDIA**

**SKRIPSI**



**ARFIAN YUSTIRIANTO  
20020530011**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2009**

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Selasa  
Tanggal : 22 Desember 2009  
Tempat : Ruang Hibah  
Dengan Nilai :

### SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua**

**Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM.**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Muria Endah S., S.IP., M.Si.**

**Krisna Mulawarman, S.Sos.**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)  
Tanggal 10 Juni 2008

**Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si**  
**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Jurusan Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi Advertising**

### **ABSTRAKSI**

**Arfian Yustirianto**  
**20020530011**  
**Ilmu Komunikasi**  
**Strategi Promosi Buku Nikmatnya Pacaran Setelah Pernikahan Yang Diterbitkan Oleh Pro-U Media**  
**85 halaman, 3 lampiran, 16 buku, 6 situs (1991-2006)**

Nikmatnya Pacaran Setelah Pernikahan merupakan salah satu buku *best seller* karangan Salim A Fillah yang diterbitkan oleh Pro-U Media. Buku ini diterbitkan pada November 2003 dimana pada saat ini sedang maraknya perusahaan penerbitan independen di Indonesia. Sebagai penerbitan independen Pro-U Media juga mempunyai strategi promosi sebagaimana yang dilakukan perusahaan lain juga untuk mencapai tujuan-tujuan komunikasinya yaitu dengan menggunakan bauran promosi terdiri dari 3 elemen ; *advertising, personal selling*, dan *selles promotion* sebagai senjatanya. Dengan tema keIslaman Pro-U Media mencoba menambah warna dalam dunia penerbitan nasional.

Melihat dari latar belakang yang sudah ada, peneliti tertarik untuk meneliti strategi promosi yang digunakan Pro-U Media dalam mempromosikan bukunya kepada calon konsumen serta bagaimana memperkenalkan bahwa adanya Pro-U Media sebagai salah satu penerbitan independen yang menggunakan tema KeIslaman didalamnya dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif tipe studi kasus melalui wawancara, catatan lapangan serta penggunaan dokumen yang ada.

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan selama ini, serta mengumpulkan data dan menganalisanya, maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang sudah dijalankan Pro-U Media dalam menerbitkan buku Nikmatnya Pacaran Setelah Pernikahan sudah cukup berhasil dilihat dari volume penjualannya, yang mana buku ini pun menyandang gelar sebagai buku *best seller*, walaupun dalam praktek penggunaan bauran promosinya masih jauh dari baik dan belum cukup maksimal.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. A. Latar Belakang

Sebelum kemunculan kertas, manusia sudah mempunyai cara dalam menurunkan tulisannya. Banyaknya ditemukan sisa-sisa sejarah yang diukir dalam batu, papan, hingga daun, yang oleh beberapa ahli disepakati menjadi media awal terbentuknya buku. Awal tahun 2400 SM, di Mesir kertas *papyrus* mulai menjadi media penulisan yang berbentuk *scroll* atau gulungan, dan hingga saat ini diyakini sebagai bentuk buku yang paling awal.

Buku mulai memasuki era baru bersamaan dengan mantapnya perindustrian kertas yang mulai bermunculan. Kertas seperti yang kita gunakan saat ini dipercayai muncul di negeri Cina Pada awal tahun 200 SM, dan seterusnya teknologi ini berkembang di Eropa hingga negeri-negeri lainnya (akses 1 Maret 2007, [http://ms.wikipedia.org/wiki/Buku#Sejarah\\_buku](http://ms.wikipedia.org/wiki/Buku#Sejarah_buku)).

Keberadaan buku hingga saat ini memberikan sumbangsih yang besar terhadap kemajuan jaman. Buku sebagai sebuah wacana, yaitu mata yang mengantarkan kita untuk melihat dunia dengan ilmu pengetahuan. Hal ini disadari banyak orang, hingga pada saat ini banyak bermunculan penerbit-penerbit buku maupun penulis, yang mana mereka berjasa sangat besar terhadap terbitnya buku-buku.

Yogyakarta sebagai kota pelajar mempunyai daya tarik tersendiri bagi para penerbit buku. Dulu, pada era 80-90an tercatat hanya ada beberapa puluh