

ABSTRAKSI

Judul : Aktivitas Marketing Communication Dalam Meningkatkan Branding
Harian Seputar Indonesia Melalui Penyelenggaraan Event di Kota
Semarang.
Nama : Pi Tarulia Siname
NIM : D0C006088

Persaingan industri media cetak semakin meningkat ditambah banyaknya media cetak baru yang bermunculan dan semakin menyemarakkan persaingan. Salah satu dari media cetak baru tersebut adalah *Harian Seputar Indonesia*, yang muncul sebagai koran nasional, di tengah para kompetitornya seperti *Kompas* dan *Jawa Pos* yang lebih mapan dan telah dikenal oleh masyarakat. Hal ini berbeda dengan *Harian Seputar Indonesia* yang brandingnya sendiri masih kurang dikenal khususnya masyarakat Kota Semarang. Tidak hanya itu saja adanya perubahan logo, slogan, dan nama sebutan bagi *Harian Seputar Indonesia*, yang awal terbitnya dengan sebutan *SINDO* kini telah berubah menjadi *Harian Seputar Indonesia (SI)* dan dalam perubahan logo ini banyak sekali masyarakat umum yang belum mengetahui dan menyadarinya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan aktifitas *marketing communication* *Harian Seputar Indonesia* dalam meningkatkan *branding* melalui penyelenggaraan *event* di kota Semarang. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif yakni dengan melakukan *interview* terhadap 3 responden yang berasal dari para peserta *event* yang diselenggarakan *Harian SI*.

Hasilnya dapat disimpulkan bahwa, kurangnya *awareness* masyarakat terhadap *branding*, menurut responden dikarenakan sebagian besar masyarakat Semarang belum banyak mengetahui bentuk fisik *Harian Seputar Indonesia* secara langsung. Sebagian besar responden belum mengetahui bila sebutan untuk *Harian Seputar Indonesia* telah diubah dari *SINDO* menjadi *Harian Seputar Indonesia (SI)*. Staf komunikasi pemasaran *Harian SI* telah melakukan program komunikasi pemasaran yang salah satunya adalah *event*. *Event* yang diselenggarakan juga terbagi dari beberapa jenis *event*. Namun demikian para responden beranggapan bahwa, apabila *event* yang diselenggarakan selama ini bertujuan untuk meningkatkan *branding* dirasa kurang berpengaruh, karena *event* yang diselenggarakan merupakan *event* yang kecil-kecil dan bukan merupakan *event* internal *Harian SI*.

Semarang, Februari 2010
Dosen Pembimbing,

Triyono Lukmantoro, S. Sos, M.Si.
NIP. 19701211.199802.1.001

