

ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING PADA SURAT KABAR JOGLOSEMAR



Diajukan untuk Memenuhi Syarat syarat Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen
Pemasaran

Oleh :

RISKA DEWI PURNAMASARI

F3210064

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA**

2014

commit to user

ABSTRAK

ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING PADA SURAT KABAR JOGLOSEMAR

Oleh :

RISKA DEWI PURNAMASARI
NIM F3210064

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tentang penerapan segmentasi, *targeting* dan *positioning* pada surat kabar Joglosemar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif yang merupakan teknik pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subyek penelitian. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara wawancara, observasi dan studi pustaka.

Berdasarkan hasil penelitian, Joglosemar menerapkan segmentasi geografis, psikografis dan perilaku. Segmen psikografis bidikannya adalah masyarakat dengan kelas social menengah keatas. Sedangkan segmentasi perilaku yang dibidik adalah konsumen dengan penggunaan sedang hingga berat. Dalam penerapan pasar sasarannya (*targeting*) Joglosemar menggunakan strategi *undifferentiated marketing* atau strategi pemasaran tanpa pembeda. *Positioning* yang dilakukan adalah dengan membuat tag-line "Jernih-Bernilai".

Dari hasil yang telah dikemukakan, penulis memberi beberapa saran yaitu: Joglosemar hendaknya memperluas jangkauan pemasarannya selain di Jogja, Solo dan Semarang serta dapat menambahkan rubrik yang menarik. Joglosemar hendaknya memperhatikan strategi *targeting* yang dipakai. *Positioning* Joglosemar hendaknya tetap mempertahankan kualitas produknya saat ini dengan selalu melakukan pengembangan produk agar selalu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kata kunci : segmentasi, *targeting* dan *positioning*

ABSTRACT**AN ANALYSIS ON SEGMENTATION, TARGETING, AND POSITIONING IN
JOGLOSEMAR DAILY****By :****RISKA DEWI PURNAMASARI
NIM F3210064**

This research was intended to find out the application of segmentation, targeting and positioning in Joglosemar daily. The research method employed in this research was the descriptive one constituting the technique of collecting data to be tested using hypothesis testing to answer a question about the final status of research subject. Meanwhile the techniques of collecting data used were interview, observation and library study.

Considering the result of research, it could be found that Joglosemar applied geographical, psychographic and behavioral segmentations. The psychographic segment focused on the upper-middle social class of community, while the behavioral one focused on the consumer with moderate-to-high use. In the application of targeting, Joglosemar used differentiated marketing strategy. The positioning strategy was carried out by developing tag-line “*Jernih-Bernilai* (Clear-Valuable)”

From the result of research suggested, the writer recommended that Joglosemar should expand its marketing coverage beyond Jogja, Solo and Semarang, and add attractive rubric. Joglosemar should also pay attention to the targeting strategy it uses. Regarding positioning, Joglosemar should maintain its current product quality by keeping developing its product in order to keep satisfying the consumers’ needs and wants.

Keywords: segmentation, targeting and positioning

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul :

**“ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING PADA SURAT
KABAR JOGLO SEMAR”**

Telah disetujui oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 26 Januari 2015

Tim Penguji Tugas Akhir

Surakarta, Januari 2015

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



Drs. Djoko Purwanto, MBA
NIP. 195901161965031004

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul :

**"ANALISIS SEGMENTASI, TARGETING, DAN POSITIONING PADA
SURAT KABAR JOGLOSEMAR"**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 26 Januari 2015

Tim Penguji Tugas Akhir


Drs. Suseno, MM

NIP. 195005101986031001


Penguji

Drs. Djoko Purwanto, MBA

NIP. 195901161965031004


Pembimbing

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Riska Dewi Purnamasari
NIM. : F3210064
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir : Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning pada Surat Kabar Joglosemar

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan penjabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 15 Januari 2015

Mahasiswa



Riska Dewi P.

NIM. F3210064

KATA PENGANTAR

Segala puji dan sanjungan hanya kita panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, telah memberikan kasih karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Tugas akhir ini berjudul :

“Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning pada Surat Kabar Joglosemar”.

Ditulis untuk memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-sebesarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis, baik secara moril maupun materiil.

1. Dr. Wisnu Untoro, M.S. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Djoko Purwanto, MBA selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran sekaligus Pembimbing Tugas Akhir, yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan mengarahkan dengan penuh kesabaran.
3. Dra. Soemarjati Tjokroamidjojo, MM selaku Pembimbing Akademik.

4. Segenap Dosen dan para staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
5. Ibu Idha Retnaningsih, SH selaku HRD beserta seluruh staff dan karyawan PT Joglosemar Prima Media.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan penulis juga berharap adanya kritik, saran dan masukan dari berbagai pihak. Akhirnya semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.



Surakarta, Januari 2015

Penulis

Riska Dewi Purnamasari

MOTTO

Ketika yang lain masih tidur, aku sudah bangun.
Saat yang lain sudah bangun, aku sudah mulai
berjalan. Saat yang lain mulai berjalan, aku sudah
berlari. Dan ketika yang lain sudah berlari, au
sudah sampai tujuan.

-Penulis-

Selesaikan apa yang sudah Anda mulai

-Albert Einstein-

Karena masa depan itu sungguh ada, dan harapan mu
tidak akan hilang

-Amsal 23:18-

Sebab kita berjalan dengan PERCAYA bukan dengan
MELIHAT

-2 Korintus 5:7-

commit to user

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk :

- ♥ Ibu dan Ayah tercinta yang selama ini selalu mendukung dan mendoakan keberhasilanku.
- ♥ Clara Dewi Larasati adikku yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
- ♥ Sahabat-sahabat terbaikku Ratri, Azelia, Nike terimakasih untuk doa, semangat, dorongan dan keceriaan kalian.
- ♥ Aunti ku yang selalu membantu dan memberi dorongan baik secara moril maupun materiil.
- ♥ Christian Anton terimakasih untuk kesabaran, perhatian, dan doanya.
- ♥ Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
- ♥ Almamater ku.

commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	3
C. TUJUAN PENELITIAN.....	3
D. MANFAAT PENELITIAN.....	3
E. METODE PENELITIAN.....	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. PENGERTIAN PASAR DAN PEMASARAN.....	7
B. SEGMENTASI	8
C. TARGETING	11
D. POSITIONING.....	13
 BAB III PEMBAHASAN	
A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	18
B. LAPORAN MAGANG KERJA.....	42

C. PEMBAHASAN	45
---------------------	----

BAB IV PENUTUP

A. KESIMPULAN	50
---------------------	----

B. SARAN	51
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA.....	53
---------------------	----

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

TABEL

III.1	Tabel Profil Perusahaan.....	23
-------	------------------------------	----



commit to user

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

II.1 Gambar Kerangka Pemikiran	16
III.1 Gambar Struktur Organisasi Perusahaan	25

