

ABSTRAK

Nadia Mavidasari, NIM 200531100190. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. **Strategi Integrated Marketing Comunication Surya Surabaya Dalam Mempertahankan Jumlah Oplah Koran Cetak Di Era Digital.** Dibawah bimbingan dari Rio Kurniawan S.I.Kom., M.I.Kom.

Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat. Komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang terjadi antara manusia atau lembaga dengan menggunakan media massa. Keberadaan media massa tidak hanya mempengaruhi individu secara langsung, tetapi juga masyarakat secara keseluruhan. Media massa memiliki kekuatan untuk membentuk opini publik, dan mempengaruhi perilaku konsumen. Salah satu media massa adalah surat kabar atau koran. Surat kabar atau koran tidak bisa dipandang sebelah mata. Sebagian dari produk pers, sudah menjadi bagian yang terpenting dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pembaca yang mendapatkan informasi melalui media cetak, kini kebanyakan dari mereka memiliki akses internet yang dapat mengantarkan informasi langsung ke *smartphone*.

Integrated Marketing Communication merupakan suatu cara atau solusi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan klien dan juga bisa dikatakan sebagai strategi modern yang cocok untuk dijadikan sebuah langkah pemasaran dimana bisa berupa advertising, sales promotions, public relations, personal selling, dan direct marketing. Hasil Penelitiannya yaitu Harian Surya menggunakan semua pemasaran IMC untuk mempertahankan omset koran cetak. Dalam melakukan pemasaran tersebut. Sehingga dengan menggunakan semua Pemasaran IMC harian Surya mendapatkan keuntungan yang dapat digunakan untuk mempertahankan koran cetak.

Kata Kunci : Harian Surya, Koran Cetak, Integrated Marketing Communication

ABSTRACT

Nadia Mavidasari, NIM 200531100190. Communication Science Study Program. Faculty of Social and Cultural Sciences, Trunojoyo University, Madura. **Surya Surabaya's Integrated Marketing Communication Strategy In Maintaining Print Newspaper Circulation In The Digital Era**. Under the guidance of Rio Kurniawan S.I.Kom., M.I.Kom.

Mass communication is communication that uses mass media, either in print or electronic form, managed by an institution or person and directed to a large number of people spread across many places. Mass communication is a communication process that occurs between humans or institutions using mass media. The existence of mass media not only affects individuals directly, but also society as a whole. Mass media has the power to shape public opinion and influence consumer behavior. One of the mass media is newspapers. Newspapers cannot be underestimated. Some of the press products have become the most important part of national and state life. Readers who get information through print media, most of them now have internet access that can deliver information directly to smartphones.

Integrated Marketing Communication is a way or solution used by a company to get clients and can also be said as a modern strategy that is suitable to be used as a marketing step which can be in the form of advertising, sales promotions, public relations, personal selling, and direct marketing. The results of the study are that Harian Surya uses all IMC marketing to maintain the turnover of printed newspapers. In doing this marketing. So by using all IMC Marketing, Harian Surya gets benefits that can be used to maintain printed newspapers.

Keywords : Harian Surya, Print Newspaper, Integrated Marketing Communication