

ABSTRAK

Iklan merupakan produk media yang memberikan penghasilan bagi sebuah media. Untuk mendapatkan iklan yang bersedia beriklan dalam sebuah media, media itu diharuskan dapat dipercaya punya segmentasi pasar yang terarah, juga sesuai dengan karakter iklan yang akan ditayangkan. Demi mendapatkan iklan dalam sebuah media, selain membutuhkan strategi promosi yang sesuai, juga dibutuhkan strategi branding yang sesuai. Kesesuaian ini diharapkan mampu menarik lebih banyak pembaca dan lebih banyak pengiklan tentunya. Selain untuk menarik pengiklan yang juga tidak kalah penting bagi media adalah menambah ataupun mempertahankan pembacanya. Hal ini juga berlaku bagi koran Kedaulatan Rakyat yang merupakan koran tertua di Yogyakarta, dapat dipastikan memerlukan strategi branding untuk mediana. Sebagai koran tertua dan terbesar tentunya Kedaulatan Rakyat memiliki cara tersendiri untuk pembangunan mereknya yang telah lama dikenal ini. Penelitian ini menjelaskan mengenai strategi branding koran Kedaulatan rakyat melalui iklan cetak dan TVC KR Group (Perusahaan utamanya) versi "Bus Kota". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini adalah strategi branding koran Kedaulatan rakyat, proses perancangan iklannya hingga eksekusi dan kendala-kendala serta analisis dari pengamat iklan tersebut. Dalam penelitian ini ada pengamatan langsung dari seorang pengamat iklan terpercaya guna menganalisis efektifitas iklan yang telah dibuat oleh biro iklan. Dalam penelitian ini juga turut dibahas apakah iklan yang telah dibuat mampu memberi kepuasan pada pelanggan setia KR itu sendiri.

ABSTRACT

Advertising is a media product that provides an income for the media. To get ads that are willing to advertise in the media, the media are required to have a credible market segment focus, also in accordance with the character of ads will be displayed. In order to get the ads in a media, in addition to requiring the appropriate promotional strategies, also needed an appropriate branding strategy. Conformity is expected to attract more readers and more advertisers course. In addition to attract advertisers which also important for the media is to increase or maintain the readers. This is also true for the Kedaulatan Rakyat newspaper, as the oldest newspaper in Yogyakarta, it certainly requires a branding strategy for the medium. As the oldest and largest newspaper, the Kedaulatan Rakyat certainly has its own way to the development of the brand that has been long known this. This research paper describes the branding strategy the Kedaulatan Rakyat through print ads and TVC KR Group (Company primarily) version of "City Bus". This research uses descriptive qualitative method. The results of this research paper is the Kedaulatan Rakyat branding strategy, advertising design process to execution and constraints as well as analysis of the ad observers. In this study no direct observation of a reliable observer to analyze the effectiveness of advertising that ad was created by advertising agency. In this study are also discussed whether the ads that have been made able to give satisfaction to the loyal customer the Kedaulatan Rakyat itself.