

IMPLEMENTASI MASS COMMUNICATION DAN PERSONAL COMMUNICATION PADA PT. SIRKULASI KOMPAS GRAMEDIA YOGYAKARTA

Borhan Thohari

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana implementasi *mass communication* dan *personal communication* pada PT. Sirkulasi Kompas Gramedia Yogyakarta. Komunikasi pemasaran adalah sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek yang dijual. *Mass communications* adalah proses penyampaian pesan (informasi) kepada orang banyak (publik) melalui media, sedangkan *personal communication* adalah komunikasi yang meliputi dua orang atau lebih yang berkomunikasi secara langsung antara satu sama lain. Jenis penelitian yang digunakan penulis menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder sebagai acuan data yang penulis gunakan. Data primer yaitu data yang diperoleh dari orang yang dipandang mengetahui secara rinci dan jelas mengenai fokus penelitian dan data sekunder dalam penelitian ini berupa informasi data yang terdokumentasi oleh perusahaan. Analisis dan pembahasan ini mengenai bagaimana Implementasi *Mass Communication* dan *Personal Communication* pada PT. Sirkulasi Kompas Gramedia Yogyakarta. Kegiatan penelitian ini menggunakan *mass communication* (*advertising, sales promotion, event and experience, public relations*) dan *personal communication* (*direct marketing* dan *personal selling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *mass communication* dan *personal communication* pada PT. Sirkulasi Kompas Gramedia Yogyakarta dikatakan sudah sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan yaitu meningkatkan penjualan perusahaan dan mencapai penjualan yang ditargetkan.

Kata Kunci: *Implementasi, Mass Communication, Personal Communication*

**IMPLEMENTATION OF MASS COMMUNICATION AND PERSONAL
COMMUNICATION AT PT. SIRKULASI KOMPAS GRAMEDIA
YOGYAKARTA**

Borhan Thohari

Abstract

The purpose of this research is to find out how the implementation of mass communication and personal communication at PT. Sirkulasi Kompas Gramedia Yogyakarta. Marketing communication is a means by which a company tries to inform, persuade and remind consumers of products and brands sold. Mass communications is the process of delivering messages (information) to the public through the media, while personal communication is communication that includes two or more people who communicate directly between one another. The type of research used is qualitative methods using primary data and secondary data as reference data. Primary data are data obtained from people who are considered to know in detail and clearly about the focus of research and secondary data in this study are in the form of data information documented by the company. This analysis and discussion are on the implementation of Mass Communication and Personal Communication at PT. Sirkulasi Kompas Gramedia Yogyakarta. This research activity uses mass communication (advertising, sales promotion, event and experience, public relations) and personal communication (direct marketing and personal selling). The results of this study indicate that the implementation of mass communication and personal communication at PT. Sirkulasi Kompas Gramedia Yogyakarta is considered to be in accordance with the stated goals of increasing company sales and achieving targeted sales.

Keywords: *Implementation, Mass Communication, Personal Communication*