



INTISARI

Penelitian ini dilakukan di sebuah Surat Kabar Harian Radar Jogja. Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui analisis saluran distribusi Surat Kabar Harian Radar Jogja.

Metode penelitian yang digunakan dalam Tugas Akhir ini adalah menggunakan metode deskriptif kualitatif, dalam penelitian ini penulis mengamati obyek penelitian dan menggambarkan keadaan yang ada dalam obyek penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer ini diperoleh dari wawancara secara langsung oleh pihak yang berkompeten pada Surat Kabar Harian radar Jogja. Alat analisis yang digunakan adalah menguraikan hasil wawancara dan observasi selama magang, dengan memberikan pendapat bagi penulis mengenai saluran distribusi pada Surat Kabar Harian Radar Jogja serta kriteria yang dijadikan bahan pertimbangan dalam menganalisis saluran distribusi.

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Surat Kabar Harian Radar Jogja menggunakan saluran distribusi tidak langsung dalam pemasarannya. Pengukuran saluran distribusi yang diterapkan Surat Kabar Harian Radar Jogja berdasarkan menganalisis tingkat output jasa yang diinginkan pelanggan, menentukan tujuan dan hambatan, serta mengidentifikasikan mengevaluasi alternatif saluran utama. dari kesimpulan diatas, penulis menyarankan meningkatkan saluran distribusi yang diterapkan Surat Kabar Harian Radar Jogja.

Kata kunci: saluran distribusi, surat kabar, radar Jogja



ABSTRACT

This research was conducted in Radar Jogja Printed Media. The purpose of this study was conducted to determine the analysis of distribution channel in Radars Jogja Printed Media.

This research method used in this Final Project is using qualitative descriptive method, in this study the authors observed the object of research and describe the existing situation in this research object. The data used in this study using primary data. Primary data is obtained from interviews directly by the competent party on the Radar Jogja Printed Media. The analytical tool used is to describe the results of interviews and observations during the apprenticeship, by giving opinions to the author about the distribution channels in the Radar Jogja Printe Media as well as the criteria taken into consideration in analyzing distribution channels.

This research can be concluded that Radar Jogja Printed Media use indirect distribution channel in its marketing. The measurement of distribution channels applied by Radar Jogja Printed Meia is based on analyzing the level of service output desired by the customer, determining the objectives and constraints, and identifying the main channel's alternatives. From the above conclusions, the authors suggest improving the distribution channels applied Radar Jogja Printed Media.

Keywords: distribution channel, newspaper, Radar Jogja