



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

Fajar Tri Atmojo (44310110112)

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BUKU GRIYA KREASI SERI
INSPIRASI DAN DESAIN DI PT PENEBAR SWADAYA GRUP TAHUN 2013**
Bibliografi: 17 Buku (1988-2008)

ABSTRAKSI

Strategi komunikasi pemasaran adalah elemen penting dalam mengomunikasikan dan memasarkan produk. Griya Kreasi merupakan salah satu penerbit buku yang berdiri sejak tahun 2005. Buku yang diterbitkan adalah buku populer yang membahas mengenai rumah (arsitektur–interior– eksterior). Sejak berdiri hingga sekarang, anak perusahaan atau *imprint* dari PT Penebar Swadaya Grup ini telah menerbitkan lebih dari ratusan judul buku.

Peneliti menggunakan teori Philip Kotler dan Gary Armstrong dimana tahapan dalam strategi komunikasi pemasaran adalah analisis situasi. Penentuan segmentasi, targeting, dan positioning, penentuan bauran komunikasi pemasaran dan bauran promosi merupakan bauran tertentu pemasangan iklan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan alat-alat pemasaran langsung (*direct marketing*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasangan iklan dan pemasaran. Semua usaha dalam kegiatan promosi dilakukan melalui komunikasi yang menggunakan kombinasi peralatan promosi yang disebut dengan bauran promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Griya Kreasi. Metode yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan narasumber dan pengamatan di lapangan.

Hasil penelitian berisi penjabaran strategi komunikasi pemasaran Griya kreasi pada periode 2013. Griya Kreasi menggunakan semua elemen dari bauran promosi yaitu *advertising*, *sales promotion*, *direct marketing*, *public relations*, dan *personal selling* yang mengacu pada konsep dari *pull strategy*.