



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ADVERTISING &
Marketing communication

Muhammad Mahdi (44311110009)

Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Songgo Langit Persada Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Pupuk EM-4 Pertanian Tahun 2012.

IX + 86 Halaman; 5

Bibliografi !5 Buku (tahun 2005 s/d 2013)

ABSTRAK

Dari sejumlah rangkaian komunikasi pemasaran yang biasa dilakukan sedikit berbeda pada tahun 2012, karena pada tahun 2012 merupakan proses komunikasi pemasaran yang sangat jauh terfokus pada peningkatan *brand awareness* yang pada dasarnya tetap berupaya pada peningkatan penjualan, hal ini dilakukan PT. Songgo Langit Persada dikarenakan adanya kurang tanggapnya perusahaan terhadap kegiatan promosi yang dilakukan sehingga ada beberapa konsumennya yang kedapatan mencoba produk lain dengan alasan yang bervariasi, dan hal inilah yang di takutkan oleh PT. Songgo Langit Persada di waktu mendatang akan terjadi pergeseran tingkat *awareness* Pupuk EM-4 Pertanian dengan pupuk organik lainnya yang berakibat terjadinya penurunan tingkat penjualan.

Penelitian ini mengungkapkan strategi komunikasi pemasaran dimana dalam penggunaan teorinya yaitu menggunakan teori komunikasi pemasaran pada buku yang berjudul *Marketing Communication* karya Chris fill.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian studi kasus dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam. Tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Hasil penelitian studi kasus ini menunjukkan bahwa PT. Songgo Langit Persada sudah menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang dituliskan menggunakan elemen komunikasi pemasaran yang ada pada buku *Marketing Communication* karya Chris fill dalam upayanya meningkatkan *brand awareness* produk pupuk organik EM-4 Pertanian. Pada kesimpulannya seluruh tahapannya PT. Songgo Langit Persada menekankan pada tahapan strategi komunikasi pemasarannya yang menggunakan tipe *pulling strategy* dan dimana strategi ini di lakukan secara bersamaan dengan tahapan bauran promosinya. Komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. Songgo Langit Persada lebih mengacu pada proses peningkatan *brand awareness*-nya pada tahun 2012 terhadap konsumen yang sudah menggunakannya.