



**Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi**

A B S T R A K S I

ATIK SUHARTIKAH

0430312-002

Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Produksi Intercept Filmcraft Tahun 2010

V Bab+ 83 halaman + 3 gambar

Daftar Pustaka : 20 Acuan (19 Buku (1995-2006))

Dalam memasarkan produknya, suatu perusahaan harus melakukan kegiatan komunikasi untuk menyampaikan informasi mengenai produk yang dimaksud kepada target market. Intercept Filmcraft juga membuat konsep strategi komunikasi pemasaran guna memperluas dan mempertahankan klien dari persaingan yang sangat ketat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Intercept Filmcraft yang dilakukan dengan beberapa tahap dari ide sampai tahap pelaksanaannya.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggunakan konsep Chris Fill. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tipe kualitatif yang bersifat deskriptif pada pengembangan studi kasus. Judul penelitian ini adalah Apa strategi komunikasi pemasaran Intercept Filmcraft untuk mempertahankan dan mencari klien baru dengan persaingan yang sangat ketat pada tahun 2010

Dari hasil analisa di ketahui, dalam menetapkan strategi komunikasi pemasaran, departemen Marketing menerapkan Analisis SWOT, juga melakukan proses dalam penetapan strateginya. Dan tujuan dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk memberikan kepuasan dalam pelayanannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategi komunikasi pemasarannya berdasarkan analisis SWOT, Segmentasi, Targeting dan Positioning. Strategi komunikasi pemasaran lebih menekankan pada alat-alat komunikasi pemasaran yang dipergunakan. Selain, periklanan serta penjualan langsung disarankan untuk meningkatkan komunikasi pemasaran melalui website, mendekat ke komunitas dengan jejaring social.