



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

ABSTRAK

Yen Nena Fitria (44307110035)

“Strategi Promosi Niro Granite Indonesia untuk memperkenalkan Shavings Tahun 2011”

i-vii + 58 halaman; 16 Lampiran;

1 Daftar Riwayat Hidup; Bibliografi; 20 buku (Daftar Pustaka)-(1993-2008)

Niro Granite sebagai salah satu produsen *homogeneous tile* yang sudah eksis kurang lebih selama 33 tahun ini juga memiliki strategi promosi dalam memperkenalkan produk barunya yaitu *Shavings* pada tahun 2011. Selama bertahun-tahun, bentuk komunikasi pemasaran yang diterapkan di banyak perusahaan lebih didominasi oleh mass-media advertising, namun Niro Granite Indonesia bukanlah product yang bersifat *mass consumer markets* atau product yang sulit dibedakan atribut fungsinya. Oleh sebab itu minim melakukan mass-media advertising. Hal tersebut lah yang mendorong penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana “ Strategi Promosi Niro Granite Indonesia untuk memperkenalkan Shavings Tahun 2011 “

Tinjauan pustaka dari penelitian ini terdiri atas komunikasi sebagai elemen inti kegiatan pemasaran, Promosi Sebagai Salah Satu Bauran Pemasaran, Strategi Promosi meliputi identifikasi situasi pasar seperti SWOT dan STP, dan bauran promosi. Berdasarkan hasil penelitian penulis strategi promosi yang sesuai dengan Niro Granite, tertulis pada buku ”Strategi Pemasaran Edisi III, karangan Fandy Tjiptono, Penerbit Andi Yogyakarta tahun 1995.

Penulisan ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan studi kasus. Sebagai objek penelitiannya adalah Niro Granite. Data-data diperoleh melalui wawancara langsung dan tidak langsung, yang dilakukan kepada narasumber yang berkompeten, serta studi kepustakaan.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa Niro Granite melakukan identifikasi awal seperti SWOT dan STP untuk mendapatkan informasi dalam penetapan promosi penjualan yang akan mereka lakukan, serta penerapan strategi yang akan mereka jalankan. Strategi promosi yang dilakukan oleh Niro Granite adalah melalui penggabungan *push and pull strategy* yaitu dengan kegiatan edukasi untuk menciptakan demand melalui *sales force* tak lupa juga elemen-elemen dalam bauran promosi yang dijalankan. Semua kegiatan promosi tersebut dilakukan oleh Niro Granite dalam memperkenalkan produk terbarunya yaitu *Shavings* pada tahun 2011.