



**Marketing Communication & Advertising**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Universitas Mercu Buana**

### **ABSTRAKSI**

**FANRI FIRGAN (44305010038)**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT.AGRICON PUTRA CITRA OPTIMA (TERMINIX) CABANG TANGERANG COMMERCIAL DALAM MENDAPATKAN KONSUMEN( PERIODE JANUARI-OKTOBER 2011).**

**x +82 halaman; 21 buku (1981-2004); 3 situs internet; dan lampiran.**

Bisnis pengendali hama atau pest control masih menjadi pilihan investasi bisnis yang menjanjikan. Besarnya populasi hama di Indonesia membuat para pemilik usaha commercial risau. Melihat peluang ini banyak produsen barang/ jasa yang memanfaatkannya. Termasuk salah satunya adalah PT. Agricon Putra Citra Optima (Terminix) yang bergerak pada bidang usaha jasa pengendali hama/ pest control.

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. APCO (Terminix) cabang Tangerang Commercial dalam mendapatkan konsumen baru. merupakan salah satu perusahaan jasa pengendali hama yang sudah memiliki cabang di kota-kota besar di Indonesia. Salah satunya adalah cabang Tangerang Commercial yang menjadi topic penelitian ini.

Adapun pengertian teori yang diselaraskan oleh chris fill dalam bukunya marketing communication : frame work, theories and application, chris fill mengartikan bahwa komunikasi pemasaran merupakan proses dimana pihak perusahaan mempunyai rencana pemasaran yang dirancang sedemikian rupa sehingga pencapaian akan kontribusi pada strategi dapat dilaksanakan melalui penggunaan sumber daya perusahaan yang efektif. Serta teori-teori yang berkaitan yaitu teori komunikasi pemasaran, analisis SWOT, dan analisis STP.

Metodologi yang digunakan bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif serta menggunakan metode analisis studi kasus, salah satu strategi dan metode analisis data kualitatif yang menekankan pada kasus-kasus khusus yang terjadi pada objek analisis. Fokus penelitiannya terdapat pada analisis SWOT, tujuan komunikasi pemasaran, analisis STP, dan strategi komunikasi pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kegiatan komunikasi pemasaran PT. Apco (Terminix) cabang Tangerang Commercial menggunakan bauran komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan suatu usaha untuk menyampaikan pesan kepada public terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk dipasar (baik produk barang/ jasa).