



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JURUSAN MARKETING COMMUNICATION

ABSTRAKSI

Parlindungan Sahat Monang(44308010075)

Strategi komunikasi pemasaran PT. metropolitan land dalam meningkatkan penjualan perumahan puri metropolitan periode 2010

68 Halaman

Bibliografi (19 buku dari tahun 1976 – 2009)

Saat ini kondisi pasar benar-benar *crowded* (penuh sesak) dan persaingan bisa disebut sangatlah kompetitif. Hal ini digambarkan dengan keberadaan banyaknya pesaing yang bergerak di bidang produk atau jasa serupa. Sehingga perusahaan harus mampu dalam menentukan strategi komunikasi pemasaran secara efektif. Dalam menghadapi persaingan tersebut, puri metropolitan harus mampu melakukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan efektif untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran perumahan puri metropolitan dalam meningkatkan penjualan. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori Philip Kotler yang mengatakan bahwa strategi seorang komunikator pemasaran harus memperhatikan hal-hal dengan tujuan agar produk yang akan disampaikan dapat diterima oleh konsumen sasarannya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dan tehniknya menggunakan tehnik wawancara dengan beberapa narasumber yaitu General Manager, Supervisor Promotion, dan pemilik rumah puri metropolitan. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti, diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran perumahan puri metropolitan adalah dengan menggunakan elemen-elemen seperti mengidentifikasi target audience, Menentukan tujuan komunikasi perusahaan, Desain pesan yang digunakan, Saluran-saluran komunikasi yang digunakan, Anggaran promosi, dan Promotion mix yang digunakan.