

**Agustinus Sugiyanto (0430311-039)**

**Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Gencar Moga Sahaja ( HOA ) Periode 2009.  
Studi Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran HOA Dalam Mendapatkan Dan  
Memelihara Pelanggan Periode 2009.**

**i – xii + V Bab + 72 Halaman + 35 Lampiran + Bibliografi 26 buku ( 1974 -2009 ) +  
1 Situs website + 1 Majalah + 1 Profil Perusahaan**

### **ABSTRAKSI**

Kegiatan periklanan belakangan ini sangat pesat. Banyak perusahaan biro iklan bermunculan seiring semakin berkembang dan majunya kegiatan periklanan. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang saling berebut pasar iklan ini, maka mengharuskan setiap perusahaan melakukan kegiatan komunikasi pemasaran untuk membuat perusahaan dikenal dan memenangkan persaingan.

Dalam setiap persaingan pasti membutuhkan sebuah strategi. Strategi ada karena situasi dan kondisi yang dihadapi. Kegiatan komunikasi pemasaran sebuah perusahaan juga memerlukan adanya strategi tertentu agar setiap pesan dapat tersampaikan ke pasar sasaran dan keberadaan perusahaan tersebut tetap eksis.

Penelitian ini merupakan *case study* / studi kasus pada PT.Gencar Moga Sahaja ( HOA ). Oleh karena itu, penulis berusaha untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran di perusahaan tersebut. Dengan demikian maka sifat penelitian ini adalah deskriptif. Disamping menggunakan metode deskriptif, penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif yang merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial.

Strategi komunikasi pemasaran PT.Gencar Moga Sahaja ( HOA ) mengacu kepada *Integrated Marketing Communications* ( IMC ) dengan konsep bauran promosi / *promotion mix*. Bauran promosi yang digunakan oleh PT.HOA meliputi: periklanan(*advertising*) ,penjualan tatap muka(*personal selling*),dan penjualan langsung(*direct selling*). Kerja tim menjadi keharusan bagi PT.HOA untuk menciptakan kesinambungan dalam kegiatan komunikasi pemasarannya dengan bagian *marketing* sebagai ujung tombaknya.