

## ABSTRAKSI

Muharamin Arief Nazary (4430411-065)

Strategi Komunikasi Pemasaran Jasa Konsultan pada MUC Consulting Group  
x + 63 halaman + 5 gambar + 7 lampiran

Bibliografi: 18 buku ( 1978 - 2006 ) + 1 surat kabar + 1 majalah + 7 website

Dalam menghadapi persaingan pasar saat ini, merencanakan suatu strategi komunikasi pemasaran yang tepat terhadap suatu produk atau jasa, mutlak harus dilakukan. Tanpa adanya suatu perencanaan strategi komunikasi pemasaran, sangat sulit bagi suatu produk atau jasa dapat diterima di pasar sasaran. Komunikasi pemasaran merupakan salah satu faktor kunci (*key factor*) penyebab keberhasilan sebuah promosi penjualan produk sehingga dapat laku di pasar sasaran yang telah direncanakan. Komunikasi pemasaran adalah usaha untuk menyampaikan pesan kepada khalayak terutama konsumen sasaran mengenai keberadaan produk atau jasa dipasar. Komunikasi pemasaran merupakan proses seperangkat stimuli yang terintegrasi pada sebuah pasar dengan tujuan mendapatkan seperangkat respon atau tanggapan dari pasar sasarnya dalam setiap rencana promosi produk.

Strategi komunikasi pemasaran merupakan inti dari seluruh perencanaan komunikasi pemasaran dan bidang lainnya yang berkaitan. Strategi adalah keseluruhan rencana organisasi, meliputi apa yang ingin dicapai dan bagaimana cara mencapainya. Strategi memiliki dua fokus yakni aksi yang dilakukan organisasi dan isi pesan.

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran jasa konsultan dapat diimplementasikan secara efektif sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Adapun teori strategi komunikasi pemasaran yang penulis gunakan mengacu pada pendapat Chris Fill.

Sifat penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dimana penulis hanya menganalisa dan menjabarkan strategi komunikasi pemasaran berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran MUC Consulting Group adalah dengan *profile strategies*, yakni strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi *stakeholder* yaitu kelompok atau individu yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tujuan perusahaan dalam hal ini MUC Consulting Group.