



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING**

Triwanda Nurlaela (0430311-045)

Strategi Promosi PT. Pelangi Grafika Rancangmedia Dalam Meningkatkan Jumlah Klien Tahun 2009. Studi Kasus Strategi Promosi yang Dilakukan oleh PT. Pelangi Grafika Rancangmedia Dalam Meningkatkan Jumlah Klien Tahun 2009

V Bab, 79 Halaman, 23 Lampiran

Bibliografi 20 buku (1992 – 2006), 3 situs web, 1 profile perusahaan

ABSTRAK

Menjamurnya perusahaan jasa percetakan di Indonesia terutama di Jakarta, membuat terjadinya fenomena persaingan yang sangat ketat dalam industri percetakan saat ini. Sehingga perusahaan percetakan memerlukan strategi promosi dalam memasarkan jasanya agar perusahaan tetap eksis di pasaran. Dalam menghadapi persaingan tersebut PT. Pelangi Grafika Rancangmedia harus mempunyai kontribusi yang nyata dalam menyampaikan jasanya kepada konsumen agar dapat memenangkan persaingan. Salah satu faktor yang menentukan berhasil atau tidaknya adalah faktor promosi. Maka dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran tentang strategi promosi yang dilakukan PT. Pelangi Grafika Rancangmedia dalam meningkatkan jumlah klien tahun 2009.

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi promosi dimana membahas tentang Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Sedangkan teori SWOT digunakan untuk menentukan langkah-langkah strategi yang akan ditempuh oleh perusahaan terhadap jasa yang ditawarkan, dan teori bauran promosi untuk mengetahui alat-alat promosi yang digunakan dalam strategi promosi perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan studi kasus. Metode ini lazim digunakan untuk memberikan penekanan pada spesifikasi dari kasus yang diteliti. Studi kasus dilakukan untuk melakukan penelitian yang terperinci tentang sesuatu unit sosial selama kurun waktu tertentu.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh PT. Pelangi Grafika Rancangmedia yaitu mencakup analisis SWOT dan STP dalam menjalankan promosinya. Strategi promosi yang dilakukan PT. Pelangi Grafika Rancangmedia dengan melakukan hal-hal terkait dengan bauran promosi seperti *advertising*, *sales promotion*, *direct marketing*, *personal selling* dan *public relation*. Dapat disimpulkan strategi promosi yang dilakukan PT. Pelangi Grafika Rancangmedia bertujuan meningkatkan awareness masyarakat, meningkatkan jumlah klien, meningkatkan jumlah penjualan dan pembentukan brand image akan PT. Pelangi Grafika Rancangmedia.