

ABSTRACT

The objectives in this research is to study the marketing strategy used by PT. Askap Futures to capture the interest of potential investor. This research is particularly useful for students who expects to gain further knowledge about the application of marketing communications in business

The theoris used in this reaserch includes general marketing theory, general communication theory, marketing communication theory, good and service theory, investment theory, index theory, and SOSTAC analysis theory.

This research is using descriptive qualitative research method, which involves various internal resource persons including company executives and some major decision makers such as the President Director, Marketing Director and Senior Marketing Executive with five or more years experience in this field.

The result in this research found that the marketing communication strategy done by PT. Askap Futures is good and interesting enough for the investors. This is because the marketing communication of PT. Askap Futures quite diverse and may change with the development and market demand.

Keyword: Marketing Communication, SOSTAC analysis

MERCU BUANA

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh PT. Askap Futures dalam menarik minat investor. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi mahasiswa yang ingin mendapatkan pengetahuan tentang penerapan teori komunikasi pemasaran dalam bisnis, ataupun pengetahuan tentang berbagai teori yang telah di berikan oleh pihak akademis.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah teori pemasaran, teori komunikasi, teori strategi *marketing communication*, teori produk dan jasa, teori investasi, teori indeks dan teori analisa *SOSTAC*.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dimana penggunaan metode ini melibatkan beberapa narasumber yang memiliki jabatan penting dalam perusahaan yang pada prakteknya banyak terlibat dalam proses pengambilan keputusan perusahaan, antara lain, *President Director* PT. Askap Futures, *Marketing Director*, dan *Marketing Executive* yang telah memiliki pengalaman dan minimum masa kerja lima tahun.

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Askap Futures cukup baik dan menarik. Hal ini dikarenakan strategi komunikasi pemasaran PT. Askap Futures cukup beragam dan berubah mengikuti perkembangan dan permintaan pasar.

Kata kunci : *Marketing Communication*, Analisa *SOSTAC*