

## ABSTRAKSI

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Fitria Puspitasari**

***Integrated Marketing Communications (IMC) PT. Pos Indonesia (Persero)***

**Kantor Pos Indramayu dalam Mensosialisasikan Produk Layanan Western Union Pada Masyarakat Indramayu**

Tahun: 2008.xv + 116 hal + 38 halaman lampiran + 1hal tabel + 7 hal gambar

Daftar kepustakaan: 21 buku + 1 jurnal + 7 sumber online (2005-2007)

Studi ini berusaha mendeskripsikan kegiatan pelaksanaan komunikasi pemasaran terpadu di Kantor Pos Indramayu pada produk layanan Western Union. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendeskripsikan secara rinci mengenai IMC yang digunakan oleh Kantor Pos Indramayu dalam mesosialisasikan produk layanan Western Union pada masyarakat Indramayu dan mengetahui tanggapan konsumen tentang sosialisasi yang dilakukan oleh Kantor Pos Indramayu untuk produk Western Union. Kerangka teori dalam penelitian ini melihat komunikasi pemasaran terpadu adalah konsep perencanaan komunikasi pemasaran yang mengakui nilai tambah rencana komprehensif yang mengkaji peran strategis masing-masing bentuk komunikasi-misalnya iklan, *direct response*, promosi penjualan dan humas dan memadukannya untuk meraih kejelasan, konsistensi, dan dampak komunikasi maksimal melalui pengintegrasian pesan. Metode penelitian yang digunakan penelitian adalah studi kasus dengan tipe deskriptif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa komunikasi pemasaran terpadu Kantor Pos Indramayu dalam mensosialisasikan Western Union pada masyarakat Indramayu berjalan cukup berhasil, hal ini karena Kantor Pos Indramayu terlebih dahulu merencanakan dengan matang berbagai elemen dari komunikasi pemasaran terpadu antara lain: target market Western Union yaitu TKI, menggunakan analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT), tujuan komunikasi yang dimiliki untuk menarik perhatian masyarakat Indramayu dan mengajak masyarakat untuk tetap menggunakan produk Western Union secara berkelanjutan. Strategi yang digunakan menggunakan strategi bauran promosi (berupa periklanan, *personal selling*, komunikasi *word of mouth*, dan *direct marketing*) dan strategi pembagian wilayah distribusi. Metode anggaran yang digunakan Kantor Pos Indramayu yaitu berdasarkan metode tujuan dan tugas karena untuk anggaran sudah ditetapkan oleh pusat. Kemudian, yang terakhir