

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Imadudin Sunni

Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Merit Plus Oleh Biro Iklan Existcomm Yogyakarta

Tahun Skripsi : 2009.ix halaman + 95 halaman + 3 lampiran

Daftar Kepustakaan : 19 buku + 2 majalah + 3 sumber *online*

Penelitian ini mengenai Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan biro iklan Existcomm terhadap keberhasilan produk merit plus dan keberhasilan dalam meningkatkan loyalitas klien antara lain adalah dengan bauran promosi yaitu dengan periklanan yang dijadikan media utama untuk kampanye pemasaran produk merit plus. TVC Merit Plus versi *Keep Slim* yang kurang lebih satu minggu ditayangkan mendapat *impact* yang bagus dari konsumen PT. Sari Sehat kewalahan karena tingkat permintaan konsumen semakin meningkat menyebabkan produk merit plus habis di pasaran. Media pendukung dalam pelaksanaan bauran promosi produk merit plus, dalam iklan radio produk merit plus bekerja sama dengan stasiun radio lokal yang berada di beberapa kota di Indonesia seperti Jawa timur, Surabaya yaitu dengan cara mengisi acara program *talk show* di radio berisi tentang konsultasi herbal dalam menjaga kelangsingan tubuh. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang telah dilaksanakan oleh biro iklan Existcomm produk merit plus terbilang berhasil sukses dalam meningkatkan penjualan produk merit plus di pasaran selain itu juga biro iklan Existcomm juga terbilang berhasil dalam meningkatkan loyalitas klien hal ini dapat diukur dengan klien yang dari berdiri sampai sekarang kurang lebih selama 6 tahun tetap memakai biro iklan Existcomm sebagai jasa komunikasi pemasarannya.

Key Word : Biro iklan, Produk merit plus, komunikasi pemasaran, loyalitas klien, bauran promosi.