

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Meidianawati Wardhaningtyas

20130530044

“Strategi Komunikasi Pemasaran Citra Grand Mutiara Yogyakarta Dalam Memasarkan Produk Perumahan Periode Tahun 2015-2016”

Tahun Skripsi : 2017+121 halaman

Daftar Pustaka : 23 Buku + 1 Jurnal + 3 website

Perkembangan usaha khususnya dalam bidang properti sangatlah pesat, sehingga menimbulkan persaingan yang sengit diantara perusahaan yang lain. Perusahaan dituntut untuk memikirkan agar produk yang dihasilkan dapat terjual di pasaran dan dihargai sebagai produk yang memiliki kualitas, mengingat tingginya persaingan antara perusahaan lain. Penelitian ini, menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang dipakai CGMY. Dalam hal ini adalah bagaimana memasarkan produk tahun 2015 - 2016 dengan cara mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran CGMY serta bagaimana eksekusi dari kegiatan komunikasi pemasaran CGMY. Kerangka teori yang digunakan adalah strategi komunikasi pemasaran, segmentasi pasar, bauran promosi, dan evaluasi dalam IMC.

Metode penelitian yang peneliti pakai adalah kualitatif dengan tipe deskriptif. Lokasi penelitian adalah Citra Grand Mutiara Yogyakarta yang beralamatkan di Jl. Wates KM. 9, Balecatur, Gamping, Kabupaten Sleman, DIY. Informan yang dipilih adalah orang-orang mempunyai tanggung jawab pada CGMY dan yang ikut andil dalam semua proses kerja komunikasi pemasaran CGMY, yaitu *Division head of marketing* dan *staff of promotion*. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan model Miles dan Huberman. dengan uji validitas data yang digunakan adalah triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh CGMY yaitu melalui tahapan persiapan yang dilakukan dengan analisis SWOT dan analisis situasi mendalam. Selanjutnya untuk implementasi kegiatan komunikasi pemasaran, CGMY menggunakan konsep bauran promosi yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, *public relations* atau publisitas, dan pemasaran langsung, event, dan *internet marketing*. Penggunaan bauran promosi ini berjalan seimbang.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Produk

ABSTRACT

**Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communications
Concentration Public Relations
Meidianawati Wardhaningtyas
20130530044**

“Marketing communication strategy of Citra Grand Mutiara Yogyakarta in housing product marketing residence period 2015 - 2016”

Thesis Year : 2017 + 121 pages

References : 23 books + 1 Journal + 3 websites

Business developments, especially in the field of property is very rapid, resulting in fierce competition among other companies. Companies are required to think that the products produced can be sold in the market and valued as a quality product, given the high competition between other companies. This study analyzes the marketing communication strategies used by CGMY. In this case is how to market products 2015 - 2016 by describing CGMY marketing communication strategy as well as how the execution of CGMY marketing communication activities. The theoretical framework used is marketing communication strategy, market segmentation, promotion mix, and evaluation in IMC.

The research method is qualitative with descriptive type. The research location is Citra Grand Mutiara Yogyakarta which is addressed on Jl. Wates KM. 9, Balekatur, Gamping, Sleman, DIY. The selected informants are those who have responsibility for CGMY and who contribute to all the CGMY marketing communication work processes, namely Division head of marketing and staff of promotion. Methods of data collection using interview techniques, and documentation. Data analysis technique using Miles and Huberman model with data validity test used is triangulation data.

The results showed that the marketing communication strategy undertaken by CGMY is through the preparation stage performed by SWOT analysis and in-depth situation analysis. Furthermore, for the implementation of marketing communications activities, CGMY uses the concept of promotion mix such as advertising, personal sales, sales promotion, public relations or publicity, and direct marketing, events, and internet marketing. The use of this promotional mix runs in balance.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Product Marketing