

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT INDOCEMENT
TUNGGAL PRAKARSA TBK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
(Studi Kasus Program Pemasaran Mastertech Formula Tahun 2020)**

SINOPSIS

Diapkan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menempuh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor

**DONI YANUAR RAMADHAN
NPM 044116222**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
NOVEMBER 2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Doni Yanuar Ramadhan

NPM : 044116222

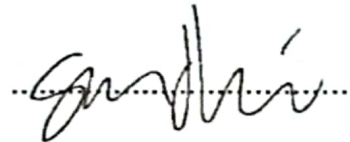
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Program Pemasaran Mastertech Formula Tahun 2020)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

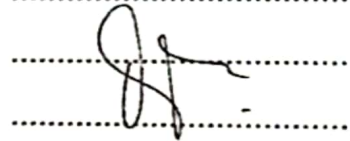
Pembimbing 1 : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si

NIP : 1.0715 022 649



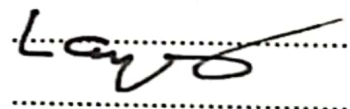
Pembimbing 2 : Dini Valdiani, M.Si

NIP : 1.1110 033 517



Pembaca : Layung Paramesti Martha, M.Si

NIP : 1.0616 049 756



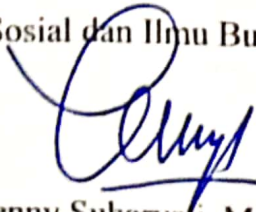
Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 27 November 2021

Oleh

Dekan Fakultas

Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya,



Dr. Henny Suharyati, M.Si

NIP : 19600691990092001



Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi,



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn

NIP : 1.0909 048 513

ABSTRAK

DONI YANUAR RAMADHAN. 044116222. 2020. ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT INDOCEMENT TUNGGAL PRAKARSA TBK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PROGRAM PEMASARAN MASTERTECH FORMULA TAHUN 2020). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Sardi Duryatmo dan Dini Valdiani.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam program pemasaran Mastertech Formula melalui bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, data dikumpulkan dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada pihak-pihak PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk yang memiliki informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran program pemasaran Mastertech Formula dalam meningkatkan penjualan. Penelitian dilaksanakan di PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk program pemasaran Mastertech Formula yang diterapkan melalui bauran komunikasi pemasaran yaitu periklanan yang disampaikan melalui iklan televisi, iklan dalam televisi program sponsorship, iklan radio, kereta rel listrik branding, reklame, iklan webseries, spanduk, tanda toko, wobblers, truk bulk branding, dan truk mixer branding. Pemasaran interaktif melalui media sosial, website serta microsite dan optimisasi mesin pencari. Penjualan personal dengan menawarkan pemesanan produk yang dilakukan oleh tenaga penjual dengan melakukan kunjungan ke toko bangunan. Kegiatan hubungan masyarakat dengan menyelenggarakan pertemuan retail, liga dangdut konser goyang tiga roda, mastertalk, sekolah semen tiga roda (SETARA), dan toko care. Pemasaran langsung dengan memasarkan secara langsung produk semen curah siap pakai ke pelanggan proyek dan pabrik batching yang dilakukan oleh tim penjual Indocement. Promosi penjualan dalam bentuk pemberian bonus dan Mitra Semen Tiga Roda program hadiah poin. Kegiatan bauran komunikasi pemasaran dilakukan secara maksimal oleh perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Bauran komunikasi pemasaran, Program Pemasaran Mastertech Formula, PT Indocement Tunggal Prakarsa Tbk, Strategi komunikasi pemasaran.