

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran PT.Kemfood dalam mempromosikan produk Kemfood di Kota Bandung**, yang di tulis oleh **Elin Sulastri** NPM : C1021411RB4009 jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sanggabuana YPKP.

Penelitian ini bertujuan memaparkan tentang perencanaan , proses pelaksanaan, hingga hambatan apa saja yang ada di PT.Kemfood dalam mempromosikan produk Kemfood di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang diambil adalah PT.Kemfood dalam mempromosikan produk Kemfood di Kota Bandung pelopor frozen food di Indonesia . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT.Kemfood dalam meningkatkan penjualan produk kemfood. Mulai dari proses analisa situasi, pesan yang ingin disampaikan, penentuan target market, sampai proses pemilihan media promosi yang digunakan. Dalam merumuskan strategi diperlukan dukungan konsep-konsep teori yang teruji kebenarannya. Penelitian ini menggunakan konsep-konsep dari teori komunikasi pemasaran Phillip Kotler. Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kualitatif, Metode ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena sosial tertentu. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi dokumen, peneliti menarik sejumlah narasumber untuk menjadi responden, penarikan responden ini didasarkan pada teknik purposive sampling.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penyusunan strategi pemasaran PT.Kemfood didahului analisis situasi terhadap pesaing. Pada tahap pelaksanaan, PT.Kemfood melakukan program event-event yang dapat mendorong penjualan produk , event sosis bakar yang merupakan promosi pemasaran yang inovative dalam mempromosikan produk kemfood. Promosi harga coret dan presentase membuat PT.Kemfood yang semakin membantu perusahaan dalam kegiatan promosi.

Rekomendasi penelitian dari penulis bahwa pendistribusian lebih ditingkatkan dan sistem penjualan melalui online akan meningkatkan penjualan produk Kemfood.

Kata kunci : komunikasi, komunikasi pemasaran,PT.Kemfood

ABSTRACT

This thesis entitled **Marketing Communication Strategy PT.Kemfood in promoting Kemfood products in Bandung**, which was written by Elin Sulastri NPM: C1021411RB4009 majoring in Communication Studies Sanggabuana University YPKP.

This study aims to explain about the planning, implementation process, to whatever barriers that exist in PT.Kemfood in promoting Kemfood products in the city of Bandung. In this study, the object of research taken is PT.Kemfood in promoting Kemfood products in Bandung pioneer frozen food in Indonesia. This study aims to determine marketing communication strategy used by PT.Kemfood in increasing sales of kemfood products. Starting from the process of situation analysis, the message to be conveyed, target market determination, until the process of selecting the promotional media used. In formulating a strategy it is necessary to support the concepts of the theory that are tested for its truth. This study uses the concepts of marketing communication theory Phillip Kotler. This study uses Qualitative Descriptive method, This method aims to describe a particular state or social phenomenon. Data collection techniques using interviews and document studies, researchers attracted a number of resource persons to be respondents, withdrawal of these respondents based on purposive sampling technique.

From the results of research can be concluded that the preparation of marketing strategy PT.Kemfood preceded the analysis of the situation against competitors. At the implementation stage, PT.Kemfood conducts event-driven programs that can boost sales of products, grilled sausage event which is an innovative marketing promotion in promoting kemfood products. Promotion of price streaks and percentage make PT.Kemfood which increasingly assist the company in promotional activities.

Research recommendations from authors that more enhanced distribution and online sales systems will increase the sales of Kemfood products.

Keywords: communication, marketing communication, PT.Kemfood