STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT MAICIH INTI SINERGI BANDUNG DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK MAICIH DI KOTA BANDUNG

Oleh :

Apsari Siti Sumunar

NIM : 41807164

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

2012

Latar Belakang

- Masyarakat Konsumtif
- Pariwisata Bandung
- Kuliner Bandung
- *Mobile Selling*



Rumusan Masalah

Makro

"Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran PT Maicih Inti Sinergi Bandung Dalam Mempromosikan Produk Maicih di Kota Bandung"

Mikro

Bagaimana

- Penetapan Tujuan Promosi Pemasaran
- Penetapan Sasaran Promosi Pemasaran
- Rancangan Pesan
- Saluran Media
- Pengembangan Promotional Mix
- Penyedia Anggaran Pemasaran
- Evaluasi dan Pengendalian Rencana Pemasaran
- Strategi Komunikasi Pemasaran

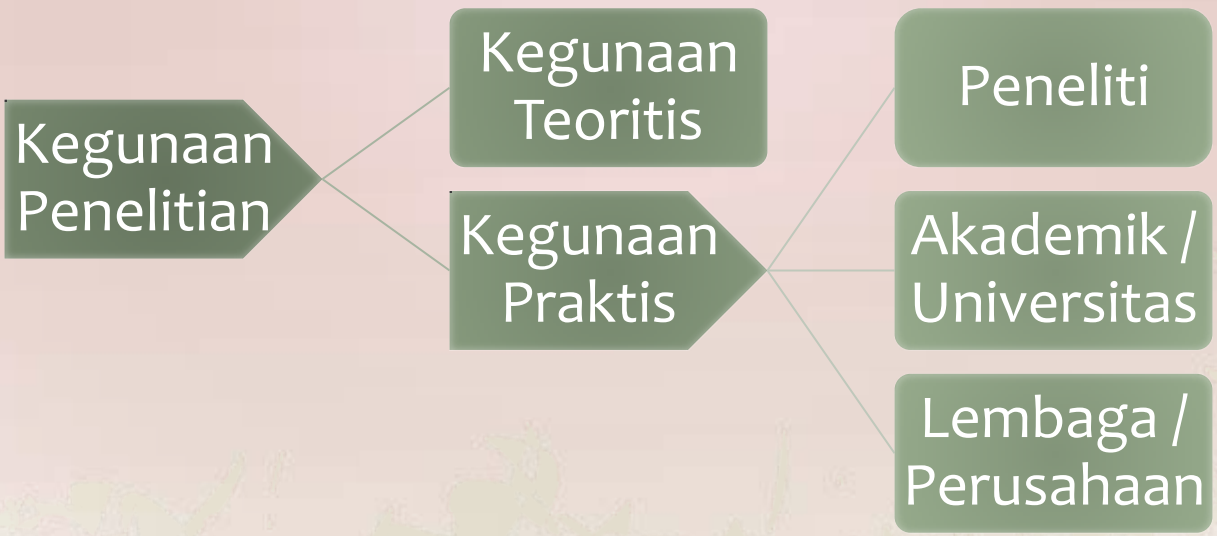
PT Maicih Inti Sinergi Bandung dalam mempromosikan produk Maicih di Kota Bandung

Maksud dan Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran PT Maicih Inti Sinergi Bandung Dalam Mempromosikan Produk Maicih di Kota Bandung

TUJUAN

Untuk mengetahui Penetapan Tujuan Promosi Pemasaran, Penetapan Sasaran Promosi Pemasaran, Rancangan Pesan , Saluran Media, Pengembangan Promotional Mix, Penyedia Anggaran Pemasaran, Evaluasi dan Pengendalian Rencana Pemasaran danStrategi Komunikasi Pemasaran



Kerangka Pemikiran Teoritis

Mahmud Machfoedz dalam bukunya yang berjudul Komunikasi pemasaran Modern, yaitu :

" Penetapan suatu tujuan promosi dan sasaran promosi pemasaran yang dibuat oleh sebuah perusahaan, dengan cara membuat sebuah rancangan pesan dan media pemasaran melalui pengembangan *promotional mix* untuk penyediaan anggaran pemasaran, sehingga mencapai suatu evaluasi dan pengendalian rencana pemasaran yang tepat dan bermanfaat"

(Machfoedz, 2010).

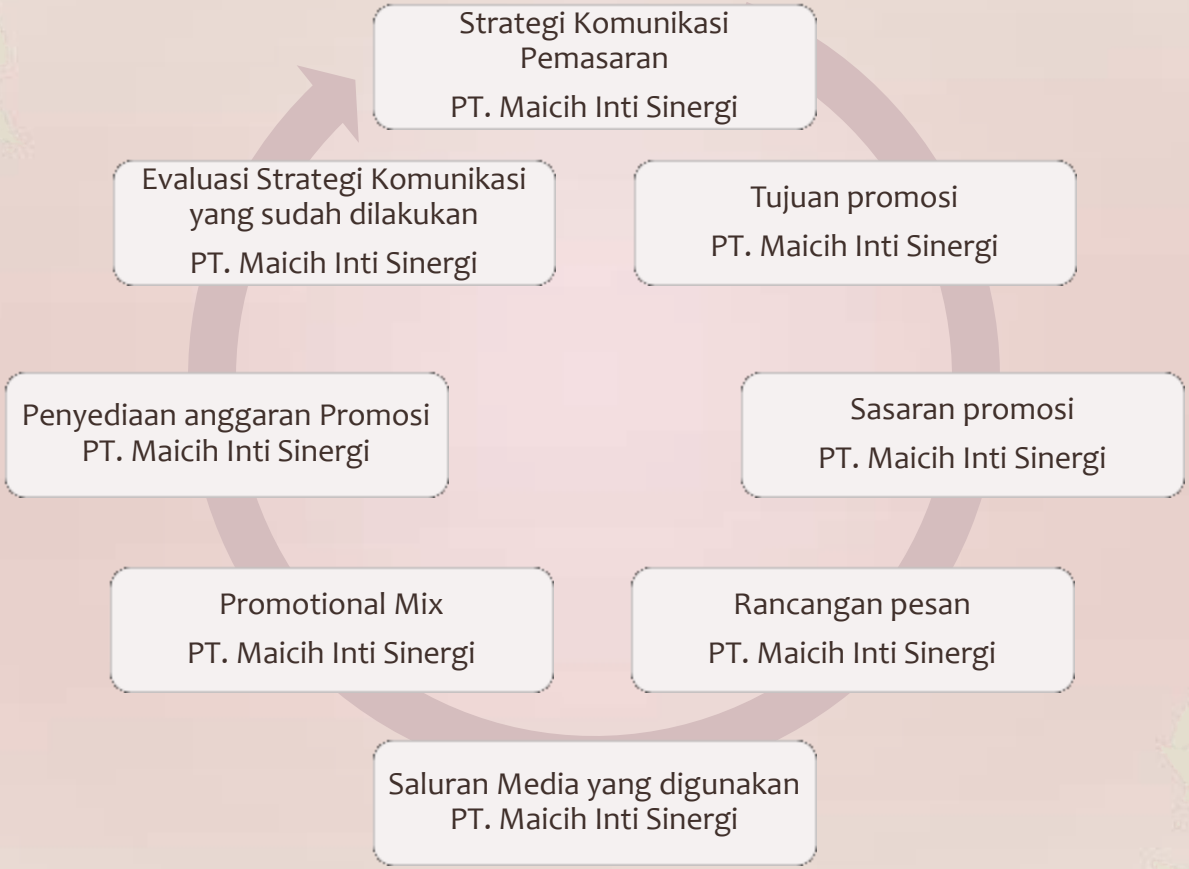
Model Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber : Penulis Maret 2012,
applikasi dari Komunikasi Pemasaran Modern (Mahfoedz,2010)

Kerangka Konseptual

Model Kerangka Pemikiran Konseptual



Sumber : Penulis Maret 2012,
applikasi dari Komunikasi Pemasaran Modern (Mahfoedz,2010)

Metode Penelitian

- ***Design* Penelitian**

Design penelitian Kualitatif - Metode Deskriptif

Bodgan dan Taylor (Moleong, 2000 :3) menyatakan bahwa "Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati".

Teknik Pengumpulan data

- ❖ Studi Pustaka
  - Dokumentasi
  - *Internet Searching*
- ❖ Studi Lapangan
  - Observasi
  - Wawancara Mendalam

Informan

Informan adalah “Seseorang yang mengetahui informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian, dan yang bersangkutan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian” (Moleong : 90).

- Teknik Penentuan Informan : *Purposive Sampling*

Informan

No	Nama	Jabatan
1	Rahman Iskandar (@cekax)	Jendral Maicih Proyeksi Kota Bandung
2	Ditha Eka Sartika Putri Dewi (@de_sartika)	Jendral Maicih Proyeksi Kota Bandung
3	Arief Noviyanto	Menteri SDM PT Maicih Inti Sinergi
4	Admin @infomaicih	Menteri Komunikasi dan Informasi PT Maicih Inti Sinergi

Key Informan

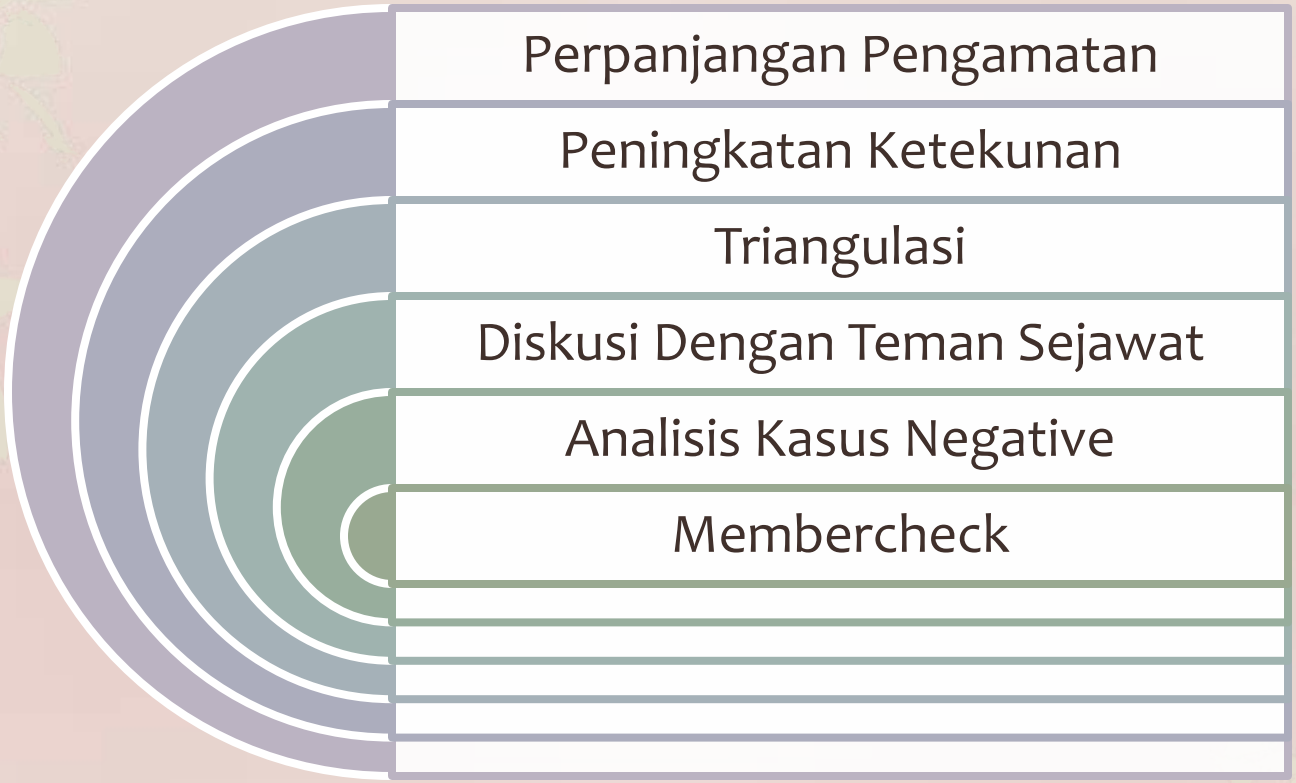
No	Nama	Keterangan
1	Tengku Novi Yanti	Icihers
2	Ari Widia Ningsih	Icihers
3	Lyna Kurniawati	Icihers

Sumber : Peneliti Maret 2012

Teknik Analisa Data

1. Reduksi Data
2. Penyajian Data
3. Kesimpulan
4. Evaluasi

Uji Keabsahan Data



Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi :

PT MAICIH INTI SINERGI

Jln. Cipaku Indah VIII No.3A Bandung, Jawa Barat

Website : www.maicih.co.id

Twitter : http://twitter.com/infomaicih

Waktu Penelitian :

4 bulan

Maret - Juli 2012

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penetapan tujuan promosi pemasaran

- Dengan melakukan riset pemasaran, riset dilakukan oleh Menkominfo @infomaicih di Twitter dan Jendral Maicih di lapangan.

Penetapan sasaran promosi pemasaran

- Sasaran yang ingin dituju adalah semua kalangan.

Rancangan pesan

- Pesan disampaikan secara langsung baik dari Twitter @infomaicih kepada followersnya maupun dari Jendral kepada Icihers.

Saluran Media

- Saluran media utama yang digunakan yaitu : Twitter @infomaicih, website maicih.co.id dan Icihers Magazine

Pengembangan promotional mix

- Melalui 3 media utama, melaksanakan personal selling, mengadakan event dan publisitas.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Anggaran biaya pemasaran

- Menggunakan metode dan tugas.
- Ada dua anggaran promosi yaitu anggaran Perusahaan dan anggaran yang dikeluarkan oleh Jendral Maicih

Evaluasi dan pengendalian pemasaran

- Dengan 3 tahap evaluasi, yaitu : laporan bulanan Jendral, Team Meeting Management dan Rapat akbar.

Strategi komunikasi pemasaran

- Strategi Komunikasi Pemasaran yang telah dilakukan oleh PT Maicih Inti Sinergi di Kota Bandung sudah berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan oleh Perusahaan, dengan adanya penetapan tujuan pemasaran, penetapan sasaran pemasaran, rancangan pesan dan media, pengembangan promotional mix, penyediaan anggaran pemasaran dan evaluasi dan pengendalian rencana pemasaran yang telah dibuat oleh pihak Management PT Maicih Inti Sinergi beserta Jendralnya, sehingga konsumen khususnya di Kota Bandung bisa menerima strategi yang digunakan oleh PT Maicih Inti Sinergi tersebut.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan

Strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan melalui media sosial Twitter @infomaicih dan Jendral Maicih dari PT Maicih Inti Sinergi Bandung sudah berjalan sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh perusahaan ataupun Manajemen Inti PT Maicih Inti Sinergi. Sebagai aplikasi dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran, walaupun pola dalam mempromosikan produk Maicih oleh Jendral dinilai berbeda-beda namun *leader* utama pada proses pemasaran dan promosi produk Maicih ini adalah pihak PT Maicih Inti Sinergi.

Saran

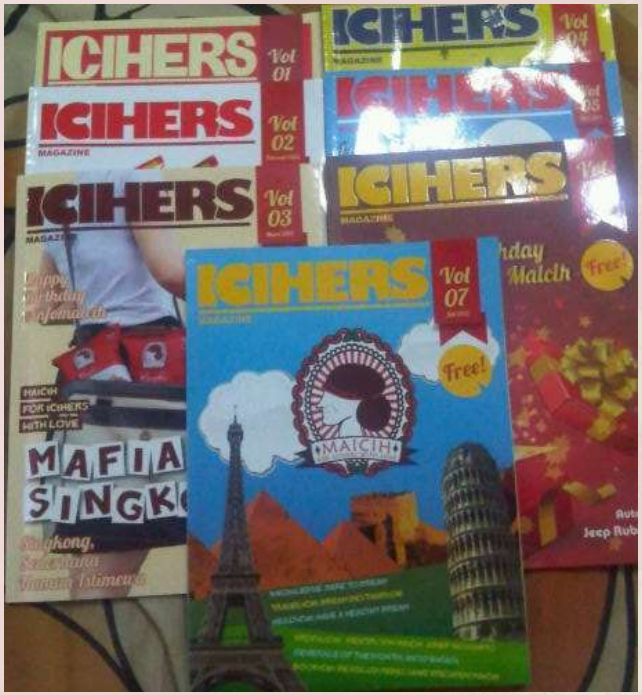
Sebaiknya PT Maicih Inti Sinergi membuat sebuah iklan yang khusus untuk mempromosikan produk-produk dari Maicih, membuat event dan inovasi yang kontinu, membuat program CSR seperti santunan kepada panti asuhan, dan ada baiknya juga Maicih membuat sebuah kantor pusat mengingat semakin berkembang dan dikenalnya produk-produk dari Maicih ini.

Sekilas Tentang Maicih

Produk Maicih



Produk Maicih



Icihers Magazine

Event Maicih





Akademi Jendral Maicih
Batch 3

Launching #BukuPakPress





Publisitas Maicih



Presiden Maicih di acara
Young On Top MetroTV



Presiden Maicih di acara
nyunyu.com

TERIMA KASIH



