

## ABSTRAK

**Latar belakang:** Strategi komunikasi pemasaran merupakan pedoman yang sangat penting untuk memperkenalkan, memberikan informasi dan memasarkan produk kepada konsumen. Strategi komunikasi pemasaran suatu produk dalam sebuah perusahaan merupakan salah satu cara yang ditempuh untuk meningkatkan pemasaran untuk memajukan perusahaan. Diperlukan suatu ketelitian dan kejelian dalam menetapkan strategi komunikasi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan terlebih untuk sebuah perusahaan furnitur kayu berskala tidak besar seperti CV. JATI MURNI art & antique shop. Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh CV. JATI MURNI art & antique shop. dalam mencapai target penjualan produk furniture.

**Tujuan penelitian:** Mengetahui segmentasi, targeting, positioning dan pesaing dari CV. JATI MURNI art & antique shop., untuk mengetahui perencanaan strategi komunikasi CV. JATI MURNI art & antique shop., untuk mengetahui strategi komunikasi CV. JATI MURNI art & antique shop. dan untuk mengetahui evaluasi, factor pendukung dan factor penghambat strategi komunikasi pemasaran CV. JATI MURNI art & antique shop.

**Metode:** Jenis penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan interview guide serta observasi lapangan *non participant* dengan nara sumber yaitu pimpinan perusahaan, *Export and Marketing Departement*, dan konsumen serta mengumpulkan data-data lain berupa data perusahaan yang diperoleh dari CV. JATI MURNI art & antique shop.

**Hasil:** Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan CV. JATI MURNI art & antique shop hanya melalui pemasaran langsung (dengan cara melakukan penawaran produk kepada konsumen melalui bantuan *guide website* dan *e-mail*). Media pemasaran melalui internet untuk mempromosikan produknya karena konsumennya berasal dalam dan dari luar negeri. Media internet sangat efektif dalam proses komunikasi pemasarannya namun komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh CV. JATI MURNI art & antique shop.

**Kesimpulan:** Secara keseluruhan CV. JATI MURNI art & antique shop telah menjalankan strategi komunikasi pemasaran untuk mencapai target penjualannya. Media internet merupakan strategi yang dilakukan untuk mempromosikan produknya kepada konsumen. Akan tetapi dalam pelaksanaannya masih menemui beberapa kendala yaitu, masalah budget yang minim serta adanya pesaing dari CV. JATI MURNI art & antique shop. Hal ini dapat diatasi dengan menggunakan pengiriman berkala untuk mengatasi budget serta menambah jumlah personil untuk proses produksi sehingga tercipta hasil yang berkualitas.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Target dan Strategi pemasan.

## ABSTRACT

**Background:** Strategic marketing communications is a very important guidelines to introduce, inform and marketing the product to the consumers. Marketing communication strategy of a product in a company is one of the ways in which to increase marketing to promote the company. Required a thoroughness and foresight in establishing the marketing communications strategy to achieve corporate objectives especially for a company is not large-scale wooden furniture such as CV. JATI MURNI art & antique shop The formulation of the problem in this study is how the marketing communication strategy undertaken by CV. JATI MURNI art & antique shop in achieving the sales target of furniture.

**Research purposes:** Knowing segmentation, targeting, positioning and competitor of CV. JATI MURNI art & antique shop. To find out the communication strategy planning CV. JATI MURNI art & antique shop To determine of the communication strategies CV. JATI MURNI art & antique shop and to find out the evaluation, the factors supporting and inhibiting factors CV of marketing communications strategy CV. JATI MURNI art & antique shop.

**Methods:** This type of research by using qualitative descriptive method with qualitative data analysis techniques. Data collection techniques using the interview guide as well as non-participant field observation by resource persons, namely the leadership of the company, Export and Marketing Department, and consumers as well as other data collected in the form of enterprise data obtained from the CV. JATI MURNI art & antique shop.

**Results:** Based on data obtained show that the marketing communications strategy that is run CV. JATI MURNI art & antique shop only through direct marketing (by way of offering products to help guide consumers through the website and e-mail). Media marketing through the internet to promote their products because consumers come in and from abroad. Internet media is highly effective in the process of marketing communication marketing communications but by CV. JATI MURNI art & antique shop.

**Conclusion:** Overall CV. JATI MURNI art & antique shop has been running a marketing communications strategy to achieve sales targets. Internet media is the strategy taken to promote products to consumers. However, the implementation has encountered several obstacles namely Budget problems were minimal and the presence of a competitor of CV. JATI MURNI art & antique shop. This can be overcome by using a regular delivery to address the budget and increase the number of personnel to the production process so as to create quality results.

Keywords: Marketing Communications, Target and Marketing Strategy.