

## **Abstrak**

PT. Lumarif Gemilang Balikpapan merupakan sebuah perusahaan baru yang fokus pada produk property di Balikpapan, Perumahan Permata adalah produk pertama mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang digunakan oleh tim marketing perumahan permata untuk meningkatkan jumlah penjualan mereka. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Metode kualitatif deskriptif yang mencoba mengungkap hal-hal unik didalam kegiatan komunikasi pemasaran PT. Lumarif Gemilang, melalui komunikasi pemasaran yang mereka jalankan. Penelitian dengan metode ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku objek penelitian yang dapat dianalisis. Sumber data penelitian ini diperoleh dari sumber data Primer dan Sekunder. Penelitian dilakukan melalui obsevasi dan wawancara langsung. Dari hasil analisa, ditemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh PT. Lumarif Gemilang dan tim marketing perumahan permata belum mencapai titik maksimal, karena penjualan Perumahan Permata belum stabil. Strategi komunikasi pemasaran mereka mengandalkan program promosi, periklanan, dan kegiatan event pameran sebagai fokus utama kegiatan komunikasi pemasaran dan mereka memanfaatkan media surat kabar sebagai satu-satunya media komunikasi pemasaran untuk menyampaikan informasi mengenai Perumahan Permata kepada target pasar mereka.

**Kata Kunci:** Perumahan, Komunikasi Pemasaran, Periklanan, Promosi, Properti

## ***Abstract***

*PT. Lumarif Gemilang Balikpapan is a new corporation focusing to the property in Balikpapan , Perumahan Permata is their first product. This study aims to to see how of marketing communications used by a team marketing Perumahan Permata to increase the number of their sales .The study is done by using the method qualitative descriptive who tried to uncover things unique in activities of marketing communications PT. Lumarif Gemilang , through of marketing communications which they run. Research with this method produce numbers descriptive of of words written or spoken of people and behavior object research that may be analyzed. Data sources research is obtained from a source primary and secondary data .The research was done through obsevasi and direct interview. Of the results of the analysis , found that strategy of marketing communications used by PT. Lumarif Gemilang and team marketing Perumahan Permata have not reached the utmost point , because they housing gems not yet stable .The communications strategy to their marketing rely on promotional programs , advertising , and activities event exhibition as the main focus activities of marketing communications and them use media newspaper as the only media of marketing communications to convey information about Perumahan Permata to target their markets.*

*Keywords: Residence, Marketing Communications, Advertising, Promotion, Property*