ABSTRAK

Penelitian ini mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran PT. Roda Pembanguanan Jaya dalam meningkatkan penjualan perumahan di Kabupaten Sleman. Sleman merupakan kawasan yang potensial dan memiliki nilai investasi tinggi. Kondisi lingkungan yang kondusif, air yang jernih, udara yang segar, budaya yang terpelajar serta nilai ekonomi yang tinggi mendorong investor berdatangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan mengarah pada deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh melalui observasi, serta menggunakan teknik wawancara kepada maneger marketing, staf marketing, serta konsumen PT. Roda Pembangunan Jaya. PT. Roda Pembangunan Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang properti di Indonesia yang berfokus pada pengembangan perumahan di Kabupaten Sleman. Disadari persaingan yang sangat ketat mendorong perusahaan melakukan inovasi dalam aktifitas komunikasi pemasaran. Dari hasil penelitian ini, strategi komunikasi pemasaran PT. Roda Pembangunan Jaya mencakup dua strategi pemasaran yaitu strategi internal dan strategi eksternal perusahaan. Pada strategi internal perusahaan berupaya memberikan produk perumahan terbaik dengan mengutamakan kualitas serta kepuasan konsumen terhadap pembangunan. Segmentasi perusahaan adalah kalangan atas (elit) Selanjutnya untuk strategi eksternal perusahaan memperkenalkan produknya dengan pemasaran melalui berbagai sarana promosi dan media komunikasi. Aktifitas promosi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, serta penjualan langsung dijalankan perusahaan untuk mengenalkan produknya kepada khalayak. Publisitas serta kehumasan belum perusahaan lakukan secara optimal. Seluruh kegiatan dan fungsi kehumasan ditangani oleh divisi pemasaran perusahaan. Perusahaan menyadari pentingnya divisi humas dan dijadikan sebagai bahan evaluasi pembentukan divisi baru dibidang kehumasan perusahaan.