

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT HM SAMPOERNA TBK DALAM PROGRAM SAMPOERNA *RETAIL COMMUNITY* (SRC) DI KOTA PADANG

Oleh :
Anggun Rahma Tiara
1010863009

Dosen Pembimbing :
Dr. Ernita Arif M.SI
Revi Marta M.I.Kom

Komunikasi memegang peranan penting untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan dalam mendukung strategi pemasaran suatu perusahaan. Karena tanpa komunikasi masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk pasar. Saat ini semakin banyak perusahaan yang sadar akan pentingnya sebuah strategi komunikasi pemasaran, namun tidak semua perusahaan mempunyai biaya dan SDM yang sesuai untuk menjalankan strategi yang diharapkan. Sedangkan tugas utama dari perusahaan yang berorientasi pada pasar adalah membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggannya. Seperti hubungan pemasaran yang mencakup hal penciptaan, pemeliharaan, dan pemerdayaan hubungan untuk jangka panjang dengan pelanggan maupun pihak – pihak berkepentingan lainnya, begitu pula dengan perusahaan Sampoerna dalam menarik pelanggannya juga membutuhkan strategi komunikasi pemasaran dalam program *Sampoerna Retail Community*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran perusahaan Sampoerna dalam program *Sampoerna Retail Community* di kota Padang. Penelitian ini merupakan jenis deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori *Push and Pull* yaitu teknik yang digunakan untuk mempromosikan baik berbentuk barang maupun jasa. Pendekatan kualitatif ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik pengambilan informan dilakukan secara *purposive sampling*.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan Sampoerna yaitu mendefenisikan sasaran (Komunikas), dengan menarik dan mendorong calon pemilik outlet Sampoerna untuk bergabung dalam program *Sampoerna Retail Community* milik perusahaan Sampoerna agar dapat menarik pelanggan dalam berbelanja.

Kata kunci : PT Sampoerna, Strategi Komunikasi Pemasaran, Pelanggan.