

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by PT. Lintang Budi Perkasa in marketing Istana Padang Housing, East Belitung. This research is motivated by the importance of marketing communication strategies in increasing consumer interest amid the increasingly competitive property business. The study employs the promotion mix concept, which consists of advertising, sales promotion, personal selling, public relations, and direct marketing. This research used a descriptive qualitative approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The informants consisted of key informants, main informants, and supporting informants selected using a purposive sampling technique. Data were analyzed through the processes of data reduction, data presentation, and conclusion drawing to obtain a comprehensive understanding of the company's marketing communication strategies. The findings indicate that PT. Lintang Budi Perkasa has implemented all elements of the promotion mix in marketing Istana Padang Housing, East Belitung. The advertising strategy is carried out through social media platforms and outdoor media to expand public awareness. Sales promotion is implemented by offering various attractive promotional programs for prospective buyers. Personal selling is conducted through direct communication between the marketing staff and prospective consumers, enabling the company to build trust and provide detailed product information. Public relations activities focus on maintaining good relationships and delivering quality services to consumers in order to establish a positive corporate image. Meanwhile, direct marketing is conducted through direct communication using digital media and face-to-face interactions, allowing the company to deliver information efficiently and follow up with prospective customers. Overall, the marketing communication strategies implemented by the company have supported its efforts to introduce the housing products, build consumer trust, and improve the effectiveness of marketing activities.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Promotion Mix, Property Marketing, Housing.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Lintang Budi Perkasa dalam memasarkan Perumahan Istana Padang Belitung Timur. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan daya tarik konsumen di tengah persaingan bisnis properti yang semakin kompetitif. Fokus penelitian ini menggunakan konsep bauran komunikasi pemasaran (promotion mix) yang meliputi *advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, *public relations*, dan *direct marketing*. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri atas informan kunci, informan utama, dan informan pendukung yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Lintang Budi Perkasa telah menerapkan kelima unsur bauran komunikasi pemasaran dalam memasarkan Perumahan Istana Padang Belitung Timur. Strategi *advertising* dilakukan melalui media sosial dan media luar ruang untuk memperluas penyebaran informasi. Strategi *sales promotion* diwujudkan melalui pemberian berbagai penawaran yang menarik bagi calon konsumen. Strategi *personal selling* dilakukan dengan komunikasi secara langsung antara tenaga pemasaran dan calon konsumen sehingga mampu membangun kepercayaan serta memberikan informasi secara lebih rinci. Strategi *public relations* diterapkan dengan menjaga hubungan baik dan memberikan pelayanan kepada konsumen guna membangun citra positif perusahaan. Sementara itu, strategi *direct marketing* dilakukan melalui komunikasi secara langsung menggunakan media digital maupun tatap muka untuk mempermudah penyampaian informasi dan tindak lanjut kepada calon konsumen. Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan telah mendukung upaya perusahaan dalam memperkenalkan produk, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan efektivitas pemasaran Perumahan Istana Padang Belitung Timur.

Kata Kunci: strategi komunikasi pemasaran, bauran komunikasi pemasaran, promotion mix, pemasaran properti, perumahan.

RINGKESAN

Panilitian ieu boga tujuan pikeun nangtukeun strategi komunikasi pamasaran anu dilaksanakeun ku PT. Lintang Budi Perkasa dina pamasaran Komplek Perumahan Istana di Padang, Belitung Wétan. Panalungtikan ieu dimotivasi ku pentingna strategi komunikasi pamasaran dina ningkatkeun daya tarik konsumen di tengah pasar properti anu beuki kompetitif. Panilitian ieu museur kana konsép bauran komunikasi pamasaran, anu ngawengku iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masarakat, sareng pamasaran langsung. Panilitian ieu ngagunakeun pendekatan deskriptif kualitatif. Téhnik pangumpulan data ngawengku wawancara, observasi, sareng dokuméntasi. Informan dina ieu panalungtikan diwangun ku informan konci, informan primér, sareng informan pendukung anu dipilih nganggo téknik sampling purposif. Analisis data dilaksanakeun ngaliwatan tahapan réduksi data, presentasi data, sareng penarikan kacindekan pikeun kéngingkeun gambaran umum ngeunaan strategi komunikasi pamasaran perusahaan. Hasil panilitian nunjukkeun yén PT. Lintang Budi Perkasa parantos ngalaksanakeun sadaya lima unsur bauran komunikasi pamasaran dina pamasaran Komplek Perumahan Istana di Padang, Belitung Wétan. Strategi iklan dilaksanakeun ngaliwatan média sosial sareng média luar ruangan pikeun ngalegaan panyebaran inpormasi. Strategi promosi penjualan dilaksanakeun ngaliwatan rupa-rupa tawaran anu pikaresepeun pikeun calon konsumén. Strategi penjualan pribadi ngalibatkeun komunikasi langsung antara staf pamasaran sareng calon konsumén, ngawangun kapercayaan sareng nyayogikeun inpormasi anu langkung lengkep. Strategi hubungan masarakat dilaksanakeun ku cara ngajaga hubungan anu saé sareng nyayogikeun layanan palanggan pikeun ngawangun citra perusahaan anu positif. Samentawis éta, strategi pamasaran langsung dilaksanakeun ngaliwatan komunikasi langsung nganggo média digital sareng tatap muka pikeun ngagampangkeun pangiriman inpormasi sareng tindak lanjut sareng calon konsumén. Sacara umum, strategi komunikasi pamasaran anu dilaksanakeun parantos ngadukung usaha perusahaan pikeun ngenalkeun produk, ngawangun kapercayaan konsumen, sareng ningkatkeun efektivitas pamasaran Perumahan Istana Padang Belitung Timur.

Kata kunci: *strategi komunikasi pamasaran, bauran komunikasi pamasaran, bauran promosi, pamasaran properti, perumahan.*