

Perencanaan Komunikasi Pemasaran Dalam *Positioning* Bank Sampah Bersih Mandiri di Perumnas Kamal

Oleh Tubagus Satria Wibisana (110531100088), Di bawah bimbingan Dewi Quraisyin, S.Pd.I., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM *POSITIONING* BANK SAMPAH BERSIH MANDIRI DI PERUMNAS KAMAL” adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pihak pengelola melakukan model perencanaan komunikasi pemasaran, sehingga bank sampah tersebut dikenal oleh masyarakat dan mendapatkan nasabah yang banyak dengan loyalitas tinggi.

Dalam penelitian ini penulis mendapat data-data dengan teknik wawancara mendalam, wawancara semistruktur yang melibatkan pengelola inti dengan masyarakat sekitar perumnas kamal dan juga nasabah BSBM. Peneliti juga melakukan observasi dan data dokumentasi selama kurang lebih 10 bulan untuk mendapatkan data yang dirasa cukup. Untuk teknik keabsahan data, Triangulasi sumber dianggap peneliti sebagai cara atau langkah yang paling sesuai dengan tema atau kasus dalam penelitian ini, sehingga data hasil penelitian ini lebih akurat serta derajat kepercayaan penelitian ini akan lebih mantap.

Data-data yang didapat peneliti dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh BSBM meliputi perencanaan dalam bentuk *product*, *price*, *place* dan *promotion*. *Promotion*, sebagai usaha untuk menciptakan positioning yang baik dibenak customer dilakukan dengan cara *direct marketing*, *service excellence*, komunikasi pemasaran berbasis komunitas, *word of mouth*, dan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Dalam kegiatan *promotion* peneliti menemukan fenomena, bahwa pengelola dalam memperkenalkan Bank Sampah Bersih Mandiri melibatkan komunitas ibu-ibu PKK dan Pengajian warga RW 07.

Kata kunci : Model Perencanaan Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Bank Sampah Bersih Mandiri (BSBM)

Marketing Communications Planning Model in *Positioning* of “Bank Sampah Bersih Mandiri” at Perumnas Kamal

By Tubagus Satria Wibisana (110531100088), advisor: Dewi Quraishy, S.Pd.I., M.Si.

ABSTRACT

A research title "Marketing Communications Planning Model in *Positioning* of “Bank Sampah Bersih Mandiri” at Perumnas Kamal " is descriptive qualitative research which focuses on knowing how the manager do the planning model of marketing communications, so that the “Bank Sampah” can be known by the society and get customers with high loyalty.

In this research, the researcher got the data with a deep interview techniques, semi-structured interviews which involved the core manager with the society around the area of Perumnas Kamal and BSBM customers. The writers also used observation and documentation for approximately 10 months to get the data that was considered sufficient. For technical data validity, triangulation sources has been considered as an appropriate way with the theme or case in this research, so the data of this research was more accurate as well as the degree of trust for this research would be more stable.

The data that was obtained in this research showed that the marketing communications planning model of BSBM included planning for the form of product, price, place and promotion. Promotion, in an effort to create a good positioning for customers has been done by *direct marketing, service excellence, community-based marketing communications, word of mouth, and Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Key Words: Communications Planning Model, Marketing Communications, Bank Sampah Bersih Mandiri (BSBM)