

ABSTRAK

Disna Rizki Adipratama, 140531100085, Program Studi Ilmu Komunikasi. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu PT Garudafood Putra Putri Jaya Melalui *Factory Visit* Gery X-Quest. Dibawah bimbingan Muhtar Wahyudi, S.Sos. MA

Skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan PT Garudafood Putra Putri Jaya melalui *factory visit* Gery X-Quest. Untuk mencapai tujuan tersebut, peneliti melakukan wawancara terhadap 7 informan yang terdiri 5 informan utama dan 2 informan pendukung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu PT Garudafood Putra Putri Jaya melalui *factory visit* Gery X-Quest.

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara serta dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Penentuan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran terpadu PT Garudafood Putra Putri Jaya melalui *factory visit* Gery X-Quest dilakukan dengan 3 tahap, yaitu perencanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu, pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu, dan evaluasi strategi komunikasi pemasaran terpadu. Tahap perencanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan PT Garudafood Putra Putri Jaya adalah menganalisis situasi, mengidentifikasi sasaran audiens, menentukan positioning dan diferensiasi. Tahap perencanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu telah dilakukan PT Garudafood dengan sangat baik, sehingga PT Garudafood berhasil menghadirkan kunjungan pabrik dengan konsep digitalisasi pertama di Indonesia yaitu, Gery X-Quest. Tahap kedua yaitu pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran terpadu, yaitu kegiatan periklanan, membuat acara atau sponsor, promosi penjualan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, dan pemasaran dari mulut ke mulut. Dalam tahap pelaksanaan beberapa elemen seperti, periklanan, promosi penjualan dan pembuatan event, masih belum dilakukan dengan maksimal dan masih kurang efektif. Tahap ketiga yaitu evaluasi strategi, PT Garudafood melakukan tahap evaluasi untuk melihat hasil dari perencanaan dan pelaksanaan strategi pada Gery X-Quest serta untuk menjadi bahan pertimbangan dalam membenahi proses komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan dan melakukan pengembangan di jalur kunjungan Gery X-Quest.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu, *Factory Visit*, PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, Gery X-Quest.

ABSTRACT

Disna Rizki Adipratama, 140531100085, Communication Studies Program. Integrated Marketing Communication Strategy of PT Garudafood Putra Putri Jaya through Factory Visit Gery X-Quest. Under the guidance of Muhtar Wahyudi, S.Sos. MA

This thesis discusses the integrated marketing communication strategy carried out by PT Garudafood Putra Putri Jaya through the factory visit of Gery X-Quest. To achieve this goal, the researchers conducted interviews with 7 informants consisting of 5 main informants and 2 supporting informants. This study aims to find out how the integrated marketing communication strategy of PT Garudafood Putra Putri Jaya through the factory visit of Gery X-Quest.

This research is a qualitative descriptive study with data collection techniques using observation and interviews as well as documentation. The data analysis technique used is the analysis of the Miles and Huberman model which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing. Determination of informants in this study using purposive sampling technique.

The results of this study indicate that the integrated marketing communication strategy of PT Garudafood Putra Putri Jaya through the factory visit of Gery X-Quest was carried out in 3 stages, namely planning an integrated marketing communication strategy, implementing an integrated marketing communication strategy, and evaluating an integrated marketing communication strategy. The planning stage of the integrated marketing communication strategy carried out by PT Garudafood Putra Putri Jaya is to analyze the situation, identify the target audience, determine positioning and differentiation. The planning stage of an integrated marketing communication strategy has been carried out very well, so that PT Garudafood succeeded in presenting a factory visit with the first digitization concept in Indonesia, namely, Gery X-Quest. The second stage is the implementation of an integrated marketing communication strategy, namely advertising activities, creating events or sponsorships, sales promotions, personal selling, public relations, and word of mouth marketing. In the implementation stage, several elements, such as advertising, sales promotion and event creation, have not been carried out optimally and are still not effective. The third stage is strategy evaluation, PT Garudafood conducts an evaluation stage to see the results of planning and implementing strategies for Gery X-Quest as well as to be taken into consideration in fixing the integrated marketing communication process carried out and developing the Gery X-Quest visit route.

Keywords : Integrated Marketing Communicatin Strategy, Factory Visit, PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk, Gery X-Quest.