

ABSTRACT

PT Roma Export is a company engaged in the field of processed wood and decorative stone. PT Roma Export uses waste wood from the mill as the main ingredient of their wood products. In the process of marketing products and obtaining consumers, PT Roma Export uses marketing communications consisting of promotional mix. The promotional mix used is a concept that integrates elements of promotion, called integrated marketing communication. This study aims to describe the implementation of integrated marketing communication at PT Roma Export in getting consumers.

Integrated marketing communication (IMC) is a theory used by researchers as a reference to examine the implementation of IMC at PT Roma Export. Researchers used qualitative descriptive method with data collection using in-depth interviews on informants considered important to capture the research phenomenon in more depth.

The result of this research is that PT Roma Export has three major activities as marketing communication. All three are using mass media to advertise, utilize e-marketing (interactive media), and follow trade exhibition. These three activities include promotional elements which are then integrated in such a way as to maximize the results obtained. Mass media used are local newspapers and magazines, as well as distribution of brochures. The interactive media (e-marketing) used is building websites, sending newsletters via email, creating e-commerce websites, and making use of social networking. The exhibition is the largest activity conducted by PT Roma Export. In such activities, they conduct personal selling, sales promotion, website updates, and brochure dissemination. The activity is a form of integrated marketing communication conducted by PT Roma Export to achieve its objective, which is to market its products and get consumers.

Keywords: IMC, communication, marketing, promotion

Ardista Khairina

14/376391/PSP/05324

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
BISNIS KAYU OLAHAN DAN BATU HIAS
PT ROMA EXPORT YOGYAKARTA
(Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Penerapan
***Integrated Marketing Communication* Pada PT Roma Export Yogyakarta)**

ABSTRAK

PT Roma Export merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kayu olahan dan batu hias. PT Roma Export menggunakan limbah sisa kayu pabrik sebagai bahan utama produk-produk kayu mereka. Dalam proses memasarkan produk-produk dan mendapatkan konsumen, PT Roma Export menggunakan komunikasi pemasaran yang terdiri atas bauran promosi. Bauran promosi yang digunakan merupakan konsep yang mengintegrasikan elemen-elemen promosi, yang disebut sebagai *integrated marketing communication*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan *integrated marketing communication* pada PT Roma Export dalam mendapatkan konsumen.

Integrated marketing communication (IMC) merupakan teori yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan untuk meneliti penerapan *IMC* pada PT Roma Export. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam terhadap informan-informan yang dianggap penting untuk menangkap fenomena penelitian secara lebih mendalam.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah PT Roma Export memiliki tiga kegiatan besar yang dilakukan sebagai komunikasi pemasarannya. Ketiganya adalah menggunakan media massa untuk beriklan, memanfaatkan *e-marketing* (media interaktif), dan mengikuti pameran perdagangan. Ketiga kegiatan tersebut meliputi elemen-elemen promosi yang kemudian diintegrasikan sedemikian rupa agar memaksimalkan hasil yang didapatkan. Media massa yang digunakan adalah koran dan majalah lokal, serta penyebaran brosur-brosur. Media interaktif (*e-marketing*) yang digunakan adalah membangun situs *web*, mengirimkan *newsletters* melalui *email*, membuat situs *web e-commerce*, dan memanfaatkan jejaring sosial. Kegiatan pameran merupakan kegiatan terbesar yang dilaksanakan oleh PT Roma Export. Dalam kegiatan tersebut, mereka melakukan *personal selling*, *sales promotion*, pembaruan situs *web*, dan penyebaran brosur. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan bentuk dari *integrated marketing communication* yang dilakukan PT Roma Export untuk mencapai tujuannya, yaitu memasarkan produk-produknya dan mendapatkan konsumen.

Kata Kunci: *IMC*, komunikasi, pemasaran, promosi