

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai analisis komunikasi pemasaran dalam suatu perusahaan untuk menarik konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi analisis bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berlangsung dalam suatu perusahaan baik perusahaan berskala kecil maupun perusahaan multi-nasional dalam usahanya menanamkan sebuah merek produk pada benak konsumen maupun calon konsumennya. Fokus pada penelitian ini terletak pada analisis komunikasi pemasaran suatu perusahaan dalam menarik minat konsumen. Kegiatan komunikasi pemasaran bermanfaat untuk menginformasikan atau mengkomunikasikan produk yang dimiliki oleh perusahaan. Komunikasi pemasaran yang dilakukan secara integritas menjadi factor yang sangat penting dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dimiliki perusahaan tersebut. Karena operasionalisasi komunikasi pemasaran berdasarkan pada *Integrated Marketing communications/IMC* adalah untuk seluruh kepenyangan perusahaan yang ada. Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana analisis komunikasi pemasaran dalam menarik konsumen untuk sebuah produk yang dimiliki perusahaan. Tinjauan pustaka yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi pemasaran terpadu, planning, implementasi dan pengendalian pasar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian tipe penelitian deskriptif. Sarana dalam penelitian ini adalah regional manager of marketing, manager level, staff karyawan paparon's pizza dan juga customer/pengunjung restoran. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dan juga observasi sehingga unit analisis yang diperoleh yaitu berupa narasi-narasi dari hasil wawancara yang diperoleh dari informan maupun observasi yang dilakukan.

Hasil dan analisis temuan data memperlihatkan bahwa dalam melakukan kegiatan pemasarannya CV Cita Rasa Cemerlang Paparon's pizza telah menggunakan berbagai bentuk komunikasi pemasaran dan melihatnya sebagai suatu kesatuan yang penting untuk dilaksanakan, yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Komunikasi pemasaran yang digunakan CV Cita Rasa Cemerlang Paparon's pizza difokuskan pada layanan untuk menarik konsumen dalam pembelian produk yang ada. Sedangkan untuk penerapannya komunikasi pemasaran

Kata kunci : komunikasi Pemasaran, Integrated Marketing Communication (IMC)