

ABSTRAK

Penelitian dengan judul “*Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Viola Global Indonesia Dalam Menarik Konsumen*” adalah sebuah penelitian yang mengangkat tema strategi komunikasi pemasaran di PT. Viola Global Indonesia dalam mengkomunikasikan produknya untuk menarik konsumen. Viola Global Indonesia Merupakan Usaha penyedia jasa Sewa alamat kantor atau bisa disebut juga dengan nama *Virtual office*, sewa ruang pertemuan, sewa ruang kantor dengan fasilitas yang tidak kalah dengan pesaing lainnya. Viola Global Indonesia sendiri telah berdiri sejak tahun 2015 dan dalam memasarkan produknya Viola Global Indonesia memanfaatkan media *online* yakni *Facebook* dalam melakukan penjualannya agar mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Dan juga teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori Perencanaan di mana teori ini menjelaskan proses yang dilalui individu dalam merencanakan perilaku komunikasi. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Viola Global Indonesia untuk menarik konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan data diperoleh melalui metode observasi, wawancara dan studi pustaka. Hasil penelitian ini, mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh Global Viola Indonesia yang sebelumnya telah direncanakan dengan matang agar dapat terealisasi sesuai dengan yang diharapkan. Viola Global Indonesia hanya menerapkan sebagian dari bauran promosi yakni *Sales Promotion, Direct Marketing*, dan juga menggunakan analisis SWOT dalam menganalisis Strategi Komunikasi Pemasaran Viola Global Indonesia sehingga hasilnya cukup bisa menganalisis kompetitor - kompetitor yang ada saat ini agar dapat menarik konsumen.

Kata Kunci : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran, , menarik konsumen, jasa, PT. Viola Global Indonesia

ABSTRACT

Analysis of marketing communications strategy PT. Viola Global Indonesia In pulling consumers is a study to up the theme the communications strategy marketing in PT. Viola Global Indonesia in communicate their products to draw consumers . Viola Global Indonesia was a service providers rent address the office or could be called also in the name of Virtual office, rent meeting halls, rent office space with facilities not inferior to other competitors. Viola Global Indonesia Has stood since 2015 and in distributing their product Viola Global indonesia use online media the Facebook in doing sales to ease the consumers in transact. And also the theory used to support this studys a theory planning in which this theory through the process of traversed individual in planning behavior communication. The study is done to analyze the communications strategy marketing done by Viola Global Indonesia in attracting consumers. The kind of research used is qualitative. This research in a qualitative and data is collected through a method of observation, interviews and the literature study. The result of this research , described strategy used by Global Viola Indonesia. Who had previously been is planned by ripe in order to be realized as expected. Viola Global Indonesia only apply a portion of hotchpotch promotion namely sales promotion, direct marketing, And also use analysis of training in the following analysis of the communications strategy marketing Viola Global Indonesia so that the effect had been quite can analyze competitors - competitors current that can draw consumers.

Keywords : Analysis the Communications Strategy Marketing , attracts consumers ,Services , PT .Viola Global Indonesia