

ABSTRAK

Sebagai penyedia peralatan dan perlengkapan *graffiti* di Yogyakarta, *Flame Graffiti* menggunakan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini berjudul Efektifitas Strategi Komunikasi Pemasaran *Flame Graffiti* sebagai penyedia peralatan dan perlengkapan *graffiti* di Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas, pelaksanaan dan evaluasi strategi komunikasi pemasaran *Flame Graffiti* sebagai penyedia peralatan dan perlengkapan *graffiti* di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi secara langsung ke *Flame Graffiti*, wawancara dengan *general manager*, divisi *Merchandise*, dan pelanggan *Flame Graffiti*, serta menggunakan data dari *Flame Graffiti*. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Data yang telah terkumpul dianalisis secara kualitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Hasil penelitian diperoleh bahwa *Flame Graffiti* membuat strategi kebijakan pemasaran, membuat indikator keberhasilan strategi dan dievaluasi. Pelaksanaan komunikasi pemasaran dengan menggunakan konsep bauran promosi yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan penjualan langsung, serta mengevaluasi untuk keberhasilan pelaksanaan komunikasi pemasaran. Secara keseluruhan, strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan *Flame Graffiti* sudah efektif. Strategi yang di gunakan dan Lima unsur dalam bauran promosi tersebut saling mendukung, tetapi jika ingin lebih optimal, *Flame Graffiti* perlu memaksimalkan kelima unsur bauran promosi dan membuat strategi baru.

Kata kunci : pemasaran, efektif, *FlameGraffiti*, strategi, komunikasi

ABSTRACT

*As a provider of graffiti equipment and supplies in Yogyakarta, Flame Graffiti uses marketing communication strategy to increase sales. This research is entitled *The Effectiveness of Marketing Communication Strategy of Flame Graffiti as graffiti equipment and supplies provider in Yogyakarta*. This research aims to find out the effectiveness, implementation and evaluation of marketing communication strategy of Flame Graffiti as graffiti equipment and supplies provider in Yogyakarta. The research applies descriptive qualitative method. Data collection was done by direct observation at Flame Graffiti, interview with its general manager, Merchandise division, and customer, and also by using data from Flame Graffiti. Validity of data in this research applies data triangulation technique. The collected data is analyzed qualitatively and explained in the form of detailed, systematic description. Research results show that Flame Graffiti creates marketing policy strategy as well as indicator of strategy success and evaluates them. The marketing communication is implemented by using such mixed promotional concept as advertising, sales promotion, public relations, personal selling and direct selling, and evaluating for successful implementation of marketing communication. Overall, the marketing communication strategy implemented by Flame Graffiti has been effective. The strategies in use and the five elements in the mixed promotion are mutually supportive, but if more optimal results are expected, Flame Graffiti needs to maximize the five elements of mixed promotion and make some new strategies.*

Keywords: marketing, effective, Flame Graffiti, strategy, communication