

ABSTRAK

Unisi Radio Event adalah pelayanan jasa yang tergabung dalam Radio Unisi. Tren yang sekarang berkembang di media radio di Yogyakarta yaitu munculnya divisi *off air* yang dibentuk untuk membuat event atau yang bisa disebut *event organizer*. Dengan berkembangnya bisnis ini menjadikan banyaknya saingan dalam bidang usaha yang sama. Unisi Radio Event yang sudah eksis dan telah memiliki klien pasti akan merasa terancam dengan usaha-usaha baru yang muncul. Untuk itu Unisi Radio melakukan strategi marketing komunikasi agar mempertahankan loyalitas kliennya. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji strategi marketing komunikasi yang dilakukan Unisi Radio Event dalam mempertahankan loyalitas klien. Jenis Penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan data diperoleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yaitu mendeskripsikan strategi komunikasi Unisi Radio Event yang menggunakan konsep B2B (*bussiness to bussiness*). Konsep ini didukung dengan komunikasi dalam internal Unisi Radio Event dan pihak eksternal ke klien. Selain itu, Unisi Radio Event menggunakan *promotion mix* untuk menunjang strategi yang dilakukan yaitu, *Advertising, Sales Promotiom, Direct Marketing, Public Relation & Publicity, dan Word of Mouth* dalam mempertahankan loyalitas klien.

Kata Kunci : Unisi Radio Event, Strategi Marketing Komunikasi, Loyalitas Klien.

ABSTRACT

Unisi Radio Event is a corporate service that is incorporated in Unisi Radio. Trends that are now developing in the radio media in Yogyakarta is the emergence off air division that was formed to create an event or that can be called event organizer. With the development of this business makes many rivals in the same business field. Unisi Radio Event that already exist and have a client will definitely feel threatened with new businesses that appear. For that Unisi Radio doing marketing communication strategy in order to maintain the loyalty of clients. This research was conducted to examine the communication marketing strategy Unisi Radio Event in maintaining client loyalty. Type of research used is qualitative and data obtained from observation, interview and documentation. The result of this research is describe Unisi Radio Event communication strategy which use B2B concept (bussiness to bussiness). This concept is supported by internal communications Unisi Radio Event and external parties to clients. In addition, Unisi Radio Event uses promotion mix to support the strategy which is, Advertising, Sales Promotiom, Direct Marketing, Public Relations & Publicity, and Word of Mouth in maintaining client loyalty.

Keyword : Unisi Radio Event, Stategy Marketing Communication, Clien Loyalty.