

ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku konsumen dalam berbisnis dengan melakukan inovasi online marketing untuk tetap menjaga eksistensi di mata konsumen. Penelitian ini mengkaji mengenai strategi komunikasi pemasaran Bakpia Pathuk Mutiara Jogja melalui webseries “Happy Holidays”. Tujuannya adalah memperkenalkan produk pada khalayak luas melalui program webseries. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, data yang digunakan adalah postingan episode dari webseries “Happy Holidays” melalui observasi dan media online marketing berupa kata-kata dan gambar. Teknik Pengumpulan data dengan cara wawancara dan observasi dengan melalui postingan dari webseries “happy holidays” serta komentar dari penonton yang diduga penulis terdapat inovasi dari strategi pemasarannya. Selanjutnya penulis melihat perkembangan penjualan produk setelah menggunakan webseries dengan kepala *operational marketing*. Pada penelitian ini ditemukan inovasi baru komunikasi pemasaran online dengan pemanfaatan program webseries yang dapat menarik perhatian dengan jumlah penonton,likes,dan respon dari penonton mengenai webseries “Happy Holidays”.

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran online, webseries.

ABSTRACT

The number of marketing communication strategies that is being undertaken by owners demands a new different strategy in order to maintain existence of the offered product. This study examines the marketing communication strategy Bakpia Pathuk Mutiara Yogyakarta via programme webseries "Happy Holidays". Its goals is to present the product to wide audience by means of program webseries. The type of research is descriptive qualitative, the data used are taking episode of the webseries "Happy Holidays" by observations and taking postings of account online in the form of words and pictures. The technique of data was collection by interview and observation by means of the posting of the webseries "happy holidays" as well as comments from viewers who alleged author of the innovation are marketing strategies. Furthermore, the authors see the development of sales of the product after use webseries with the head of operational marketing. This study found a new innovation with the use of online marketing communications webseries program that can attract the attention of an audience, likes, and the response from the audience about the webseries "Happy Holidays".

Keywords: Online Marketing Communications, webseries.