

ABSTRAK

Industri Kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran industri kreatif yang dilakukan oleh Aparture dalam meningkatkan penjualan. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran industri kreatif terkait perencanaan, implementasi yang digunakan oleh Aparture Indonesia untuk meningkatkan penjualan, dan untuk mengetahui produk yang diunggulkan oleh Aparture Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Objek penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah proses Komunikasi Pemasaran yang diterapkan oleh tim *Marketing Communication* Aparture Indonesia sebagai perusahaan *Industri Creative* dalam meningkatkan penjualan yang berlokasi di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Aparture Indonesia telah dilakukan dengan baik, karena selama pelaksanaan strategi tersebut Aparture Indonesia menerapkannya sesuai dengan elemen - elemen bauran komunikasi yakni *Personal Selling, Sales Promotion, Public Relation, Advertising, Direct Marketing*. Dari keseluruhan aktivitas bauran pemasaran yang dilakukan, *personal selling* dan *direct marketing* lah yang paling menonjol.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Strategi Komunikasi Pemasaran, Aparture Indonesia, Peningkatan Penjualan.

ABSTRACT

Creative Industry is an industrial group consisting of various types of industries, each of which has a link in the process of exploiting ideas or intellectual property into high economic values that can create prosperity and employment. Creative industries are seen as increasingly important in supporting welfare in the economy. The focus of this research is to find out the creative industry marketing communication strategies carried out by Aparture in increasing sales. The purpose of this study was to find out the creative industry marketing communication strategies related to planning, implementation used by Aparture Indonesia to increase sales, and to find out the products that are favored by Indonesian Apartments. The research method used in this study is a qualitative descriptive method. The object of research researched by researchers is the Marketing Communication process applied by the Indonesian Aparture Marketing Communication team as a Creative Industry company in increasing sales located in Yogyakarta. The results show that the implementation of the Marketing Communication strategy carried out by Indonesian Apartments has been done well, because during the implementation of the strategy Indonesian Aparture applies it in accordance with the elements of the communication mix namely Personal Selling, Sales Promotion, Public Relations, Advertising, Direct Marketing. Of the overall marketing mix activities carried out, personal selling and direct marketing are the most prominent.

Keywords: Creative Industry, Marketing Communication Strategy, Indonesian Aparture, Sales Increase.