

Abstrak

Saat ini perkembangan teknologi semakin berkembang, bisnis percetakan di Indonesia yang menggunakan mesin – mesin digital ataupun *offset* terus bertambah. Chandra *Offset* sebagai perusahaan percetakan yang sudah berdiri lebih dari 19 tahun memerlukan strategi pemasaran yang tepat, tidak hanya untuk menghadapi persaingan tetapi juga untuk menjaga eksistensi secara jangka panjang. Peneliti memilih Percetakan Chandra *Offset* sebagai lokasi penelitian sehingga tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh percetakan Chandra *Offset* dalam menghadapi persaingan dunia cetak. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Metode ini digunakan karena peneliti ingin mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Chandra *Offset*. Dari hasil penelitian menunjukkan dalam melakukan komunikasi pemasaran Chandra *Offset* menggunakan ATL (*above the line*) dan BTL (*below the line*). ATL adalah promosi lewat media lini atas seperti iklan di koran dan majalah. Sedangkan BTL adalah promosi melalui media lini bawah seperti spanduk, poster, baliho. Strategi komunikasi pemasarannya Chandra *Offset* dalam menghadapi persaingan dunia percetakan meliputi *Advertising*, Promosi Penjualan, *Public Relation/Humas*, *Personal Selling*, dan *Direct Marketing*.

Abstract

Currently growing technological development, the printing business in Indonesia using the machine - digital or offset machines continue to grow. Chandra offsets as a printing company that has existed for more than 19 years requires the right marketing strategy, not only to face the competition but also to maintain long-term existence. The author choose Chandra Offset Printing as a study site so that interested in knowing how the marketing communication strategy adopted by Chandra Offset printing in the print world the face of competition. The author uses descriptive qualitative research method in this study. This method is used because the writer wanted to describe the marketing communication strategy undertaken by Chandra Offset. From the results showed in conducting marketing communication Chandra Offset using ATL (above the line) and BTL (below the line). ATL is the promotion through on-line media such as advertisements in newspapers and magazines. While BTL is below the line promotion through media such as banners, posters, billboards. Chandra marketing communication strategies in the face of world competition Offset printing include Advertising, Sales Promotion, Public Relations / Public Relations, Personal Selling and Direct Marketing.