

## **ABSTRAK**

Pertumbuhan usaha dalam bidang *florist* menjadi salah satu usaha yang terus berkembang mengikuti zaman. Berkembangnya teknologi dan internet membuat Jogja Flower Market menggunakan *media social* sebagai media pemasarannya serta mengembangkan startegi pemasaran dengan cara *personal selling*. Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran Jogja Flower Market Dalam Mendapatkan Konsumen. Metode penelitian kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jogja Flower Market menerapkan konsep hubungan masyarakat & Publisitas, melakukan komunikasi internal dan eksternal, memberikan edukasi kepada pihak internal yaitu SDM (Sumber Daya Manusia) Jogja Flower Market. Jogja Flower Market juga melakukan bauran promosi. Promotion mix yang digunakan oleh Jogja Flower Market yaitu *Sales Promotion, Public Relation, Direct Marketing, dan Internet Marketing, Word of Mouth*. Beberapa elemen tersebut membantu Jogja Flower Market mencapai tujuan yang sudah ditentukan yaitu mencari konsumen. Elemen tersebut adalah sebuah proses yang berkaitan satu sama lain untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran Jogja Flower Market.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Jogja Flower Market, Konsumen, *Florist*

## ***ABSTRACT***

*Business growth in the field of florist is one of the businesses that continues to grow with the times. The development of technology and the internet makes Jogja Flower Market use social media as its marketing medium and develop marketing strategies by means of personal selling. The purpose of this research is to find out how the Jogja Flower Market Marketing Communication Strategy in Getting Consumers. Descriptive qualitative research method, data collection techniques using interviews and documentation. The results show that Jogja Flower Market applies the concept of public relations & publicity, conducts internal and external communication, provides education to internal parties, namely the Jogja Flower Market's HR (Human Resources). Jogja Flower Market also carries out a promotional mix. The promotional mix used by Jogja Flower Market is Sales Promotion, Public Relations, Direct Marketing, and Internet Marketing, Word of Mouth. Some of these elements help Jogja Flower Market achieve its predetermined goal of finding consumers. These elements are a process that is related to each other to carry out the Jogja Flower Market marketing communication strategy.*

*Keywords:* *Communication Strategy, Jogja Flower Market, Consumer, Florist*