

ABSTRAK

Persaingan perusahaan minuman dewasa ini semakin kompetitif untuk mendapatkan konsumen, terutama persaingan antar perusahaan minuman bersoda. PT Coca-Cola Amatil Indonesia Central Java mempunyai strategi-strategi tertentu dalam menghadapi ketatnya persaingan antar perusahaan minuman bersoda. Persaingan yang terjadi dalam hal apapun, baik program promosi, iklan, dan jenis minuman untuk menarik perhatian konsumen. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui berbagai strategi komunikasi pemasaran PT. CCAI Central Java untuk menarik konsumen. Upaya-upaya yang dilakukan PT. CCAI Central Java dalam menghadapi persaingan antar perusahaan minuman kompetitor, faktor penentu keberhasilan PT. CCAI Central Java dalam menarik konsumen, dan hambatan-hambatan yang dialami dalam menerapkan strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun objek penelitian adalah devisi *Marketing*, dan humas PT. CCAI Central Java dalam merencanakan, menjalankan, dan mengevaluasi strategi komunikasi pemasarannya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif, untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian yaitu mengenai perencanaan, pengimplementasian, dan pengevaluasian strategi komunikasi pemasaran devisi *Marketing* dan humas PT. CCAI Central Java Indonesia. Sedangkan untuk menjangkau publiknya, strategi pemasaran PT. CCAI Central Java melalui lima saluran utama bauran promosi yang meliputi iklan, penjualan tatap muka, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, serta pemasaran langsung. Target pasar dari PT. CCAI Central Java adalah semua kalangan kecuali balita dan ibu hamil, sedangkan target utamanya adalah siswa SMP dan SMA. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan PT. CCAI Central Java saat ini sudah cukup efisien. Hal tersebut dibuktikan naiknya jumlah permintaan konsumen dari tahun ke tahun.