

Abstrak

Internet sudah menjadi bagian hidup dari manusia. Setiap saat di mana pun kita berada pastilah kita membutuhkan internet untuk melakukan sebagian dari pekerjaan kita. Teknologi yang berkembang begitu pesat menjadikan kita selalu berpegang jika kita membutuhkan internet. Hingga muncul media yang di bentuk dan dibuat di dunia maya. Sehingga tanpa menyentuhnya kita dapat membaca dan mengenal media tersebut. Majalah WOM (Word of Magazine) salah satunya majalah yang mengusung konsep ini. Dengan menggunakan visi untuk tidak menggunakan kertas dalam proses produksinya maka majalah WOM hanya menggunakan internet sebagai dia mempromosikan majalahnya ke public. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi komunikasi pemasaran majalah WOM dalam meningkatkan jumlah pembaca. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam, pengamatan langsung dengan majalah WOM . hasil penelitian menunjukkan jika majalah WOM telah melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan baik dan maksimal. Terlihat dari majalah WOM yang menggunakan elemen – elemen komunikasi pemasaran dalam mereka melakukan strategi komunikasi pemasaran mereka untuk meningkatkan jumlah pembaca.