

ABSTRAK

Es Callypsoo merupakan salah satu bisnis minuman dari Yogyakarta yang mulai dikembangkan dengan system kemitraan. Produk yang ditawarkan oleh Es Callypsoo adalah produk minuman *milkshake* dan *smoothies*. Eksistensi Es Callypsoo sebagai perusahaan lokal yang bergerak dibidang kuliner, dengan banyaknya persaingan di daerah Yogyakarta ini tidak lepas dari strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Es Callypsoo Yogyakarta dalam meningkatkan penjualan produk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif, dan aktivitas yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran Es Callypsoo Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan penelitian kepustakaan, wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Es Callypsoo Yogyakarta adalah melalui tiga bentuk dari komunikasi pemasaran yaitu promosi, publikasi, dan periklanan. Ketiga bentuk komunikasi pemasaran ini masing-masing berfungsi dalam memperkenalkan kepada konsumen dan calon mitra bisnis Es Callypsoo mengenai *product knowledge* untuk membangun citra yang baik. Selain itu, juga berperan dalam menimbulkan minat khalayak umum untuk datang dan membeli produk Es Callypsoo di gerai atau outlet yang telah di buka. Pemasaran langsung juga dipakai sebagai strategi komunikasi pemasaran Es Callypsoo dalam membangun kedekatan dengan para konsumen.