

ABSTRAK

Industri distro dan clothing di Yogyakarta kini berkembang pesat, salah satunya adalah Rillingen Hood. Semakin maraknya industri distro clothing di Yogyakarta membuat persaingan antar distro sangat ketat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rillingen Hood dalam meningkatkan jumlah konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk menjelaskan data yang diperoleh peneliti. Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan cara adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Rillingen Hood dalam meningkatkan jumlah konsumen menggunakan beberapa strategi. Strategi tersebut adalah *marketing mix* yang terdiri dari *product*, *pricing*, *promotion*, dan *place*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil bahwa dalam upaya meraih konsumen dan meningkatkan penjualan, Rillingen Hood melakukan beberapa cara dan melalui berbagai media. Media online menjadi satu-satunya media yang digunakan Rillingen Hood melakukan proses promosi dan penjualan produk. Melalui media sosial seperti facebook, twitter, instagram Rillingen Hood memaksimalkan promosi produk mereka kepada khalayak terutama anak muda.

Kata Kunci : Distro Clothing, Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Media Online.

ABSTRACT

Distributions and clothing industry in Yogyakarta is now growing rapidly, one of which is Rillingen Hood. The rise of distributions clothing industry in Yogyakarta create competition among distributions so ketat. Tujuan this study was to determine the marketing communication strategy undertaken by Rillingen Hood in increasing the number of consumers. This type of research is qualitative descriptive study to explain the data obtained by researchers. Researchers used a qualitative descriptive method is by way of observation, interviews, and documentation. The method used in this research is descriptive qualitative research method with qualitative data analysis techniques. Techniques of collecting data obtained from interviews, observations and literature. The results showed that the strategy undertaken Rillingen Hood in increasing the number of consumers using multiple strategies. The strategy is a marketing mix consisting of product, pricing, promotion, and place. Based on research that has been done, the authors obtain the result that in an effort to reach consumers and increase sales, Rillingen Hood did some ways and through various media. Online media become the only media used Rillingen Hood perform the process of promotion and sale of products. Through social media such as facebook, twitter, instagram Rillingen Hood maximize the promotion of their products to the public, especially young people.

Keyword : Distro Clothing, Strategic Marketing Communications, Marketing Mix, Online Media.