

ABSTRAK

Latar belakang masalah penelitian ini adalah saat ini perusahaan besar ataupun kecil cenderung mengeluarkan biaya yang cukup banyak untuk melakukan promosi demi mempertahankan sebuah produk dan penguatan sebuah merek. Selain itu, demi meningkatkan angka penjualan, perusahaan gencar melakukan promosi baik melalui periklanan maupun alat-alat komunikasi pemasaran lainnya seperti humas, pemasaran langsung, penjualan personal, dan promosi penjualan, dalam memasarkan produknya. Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi eksistensi sebuah perusahaan. Tanpa komunikasi, konsumen maupun masyarakat secara keseluruhan tidak akan mengetahui keberadaan produk di pasar. Pemanfaatan media iklan dalam mencapai sasaran diperlukan sebuah strategi yang terencana, karena hal tersebut media iklan yang kreatif dan efisien merupakan hal yang mendasar dalam strategi komunikasi pemasaran sebagai penanaman kesadaran masyarakat akan produk atau jasa yang ditawarkan ataupun sebagai strategi komunikasi pemasaran sebuah perusahaan produk atau jasa yang sedang berkembang dan tentunya menginginkan adanya peningkatan dalam penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran Happydays Clothing sebagai upaya meningkatkan jumlah konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Dan subyek penelitian ini adalah pemilik (*owner*), karyawan, konsumen, serta masyarakat sekitar Happydays Clothing . Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan analisis data, untuk dapat mengetahui keabsahan atau kevalidan data, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan: Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Happydays Clothing adalah banner dan sticker, diskon dan kuis berhadiah, dan Happy everydays with Happydays.

Kata kunci: Arief Yuniarto, Strategi Komunikasi Pemasaran, Happydays Clothing

ABSTRACT

The background problem of this research is currently big or small companies tend to generate enough money a lot to do promotion for maintaining and strengthening of a product of this brand . In addition, in order to increase sales, the company heavily promoting either through advertising or marketing communications tools such as public relations, direct marketing, personal selling, and sales promotion, in marketing their products. Marketing communication plays a very important for the existence of a company. Without communication, consumers and society as a whole will not know the existence of products on the market. Utilization of advertising media in achieving the goals required a well-planned strategy, because it is a creative advertising medium and efficiently is essential in the marketing communication strategy as planting public awareness of the products or services offered or as a marketing communication strategy of a company product or service is developing and would want an increase in selling. This research aims to describe Happydays Clothing marketing communications strategy as an effort to increase the number of consumers. This research is a field. And the subject of this study was the owner (owner), employees, consumers, and communities around Happydays Clothing. Data collected by observation, interview, and data analysis, to be able to determine the validity or the validity of data, so it can be drawn a conclusion. The results showed: marketing communication strategy undertaken by Happydays Clothing is banner and sticker, discount and prized quiz, and Happy everydays with Happydays.

Keywords: Arief Yuniarto, Marketing Communication Strategy, Happydays Clothing