

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *SOUTHER INDUSTRIES*  
DALAM MENOPANG USAHA DI BIDANG INDUSTRI *CLOTHING***

SKRIPSI



Oleh

**VENDA ARDYA PRADITA**

**NIM. 153080091**

Diajukan

Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Yogyakarta

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**YOGYAKARTA**

**2015**

## ABSTRAK

Judul Penelitian adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran *Souther Industries* dalam Menopang Usaha di bidang Industri *Clothing*”, tujuan dilakukan penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *Souther Industries* dalam perencanaan, pelaksanaan, pengevaluasian strategi komunikasi pemasaran. *Souther Industries* sebuah badan usaha dalam pembuatan kaos, clothing, apparel yang bertempat di Palbapang Bantul. Melalui metode penelitian deskriptif kualitatif penelitian ini mendeskripsikan bagaimana proses perencanaan, pelaksanaan dan pengevaluasian pihak *Souther Industries* untuk meningkatkan penjualannya yang melalui bauran pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan Strategi Komunikasi pemasaran *hard selling* dan *awareness*. Penggunaan *hard selling* mampu meningkatkan interaksi langsung antara perusahaan dan konsumen yang biasanya berjalan melalui penggunaan media iklan, penjualan langsung, dan penjualan personal. *Awareness* atau kesadaran publik terhadap produk dan identitas *Souther Industries* didapat melalui berbagai media seperti event sponsorship, kerjasama dengan mitra, joint event dengan beberapa media masa dan sebagainya, dan melakukan grand launching.

Kata Kunci : Komunikasi, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Souther Industries*

## **ABSTRACT**

Research title is "Marketing Communication Strategy Souther Industries in in Clothing Industry Business ", the purpose of research is to determine the marketing communication strategy done Souther Industries in the planning, implementation, evaluation of marketing communication strategy. Souther Industries a business entity in the making t-shirts, clothing, apparel at Palbapang Bantul. Through qualitative research methods deskriptive this study describes how the process of planning, implementing and evaluating the Souther Industries to boost its sales through the marketing mix. These results indicate a hard sell marketing communication strategy and awareness. The use of hard selling can increase direct interaction between businesses and consumers that usually runs through the use of media advertising, direct sales, and personal selling. The public's awareness or consciousness and identity Souther Industries products obtained through various media such as event sponsorship, cooperation with partners, joint event with some mass media and so on, and do the grand launching.

Keywords : Communication, Marketing Communication Strategy, Souther Industries