

ABSTRAK

Perkembangan dunia teknologi saat ini telah banyak mengalami peningkatan. Hal ini ditunjukan dengan semakin banyaknya perusahaan dan produsen yang bergerak dalam hal memproduksi dan menjual produk elektronik. Salah satu produk elektronik yang terus mengalami peningkatan adalah Apple. Apple adalah perusahaan yang berasal dari Amerika yang memproduksi dan menjual berbagai macam produk elektronik. My Campus UGM merupakan salah satu *resseler* produk Apple yang terdapat di kota Yogyakarta berkawasan di Universitas Gadjah Mada. My Campus UGM mempunyai segmentasi pasar yang rata-rata adalah mahasiswa, sehingga kendala yang dialami adalah melakukan promosi dengan cara yang berbeda dari pada *resseler* Apple store pada umumnya agar dapat menarik minat beli dari konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian ini adalah metode deskriptif. Sedang teknik pengumpulan data berasal dari wawancara mendalam dan observasi. Berasal hasil dari penelitian dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi pemasaran kreatif yang dilakukan oleh My Campus UGM sudahlah cukup berhasil. Selain mengandalkan *marketing mix* yang terdiri dari *product, pricing, promotion, place* dan strategi *promotions mix* yang terdiri dari (1) periklanan, (2) penjualan pribadi, (3) promosi penjualan, (4) pemasaran langsung, dan (5) hubungan masyarakat. My Campus UGM juga mengandalkan strategi komunikasi pemasaran kreatif seperti membentuk *brand ambassador*, menawarkan pemasaran melalui media sosial, menciptakan pemasaran yang berbeda dan melibatkan peran aktif dari konsumen. Hal-hal diharapkan mampu untuk meningkatkan volume penjualan dari produk Macbook yang ditawarkan oleh My Campus UGM.

ABSTRACT

The development of technology these days has much increased. This is proved by the increasing number of companies and manufacturers engaged in producing and selling electronic products. One of the electronic products that keep increase is Apple. Apple is a company that originated in America that manufactures and sells a wide range of electronic products. In Indonesia today there is no official Apple store, therefore it is used by companies to sell various products reseller especially Apple Macbook into its flagship product. My Campus UGM is one of the reseller for Apple products that located in Yogyakarta at Gadjah Mada University area. My Campus UGM' market segmentation is the average student, so that the constraints experienced is promoting a different way from the Apple store reseller in general in order to attract buying interest from consumers. In addition to selling Apple products, My Campus also to telling the consumers about Apple products, especially the Macbook . Macbook is a portable computer or laptop which became the mainstay of Apple's products due to having different features and specifications with other products. The method that used in this research is descriptive method. Being derived from the data collection techniques and indepth interview observation. Derived from the results of the research can be said that creative marketing communications strategy undertaken by My Campus UGM is successful. In addition to relying on marketing mix consists of product, pricing, promotion, place and promotions strategy mix consisting of (1) advertising, (2) private sales, (3) the promotion of sales, (4) direct marketing, and (5) public relations. My Campus UGM also rely on creative marketing communications strategy as forming brand ambassador, offers marketing through social media, creating a distinct marketing and involves the active participation of consumers. Things should be able to increase the sales volume of the products offered Macbook by My Campus UGM.