

## ABSTRAK

Distro NIMCO *Clothing Company* merupakan perusahaan yang memproduksi produk distro di Yogyakarta. Dengan semakin berkembangnya kompetitor yang bergerak dalam bidang *distro clothing*, ternyata membuat target kunjungan belanja dari segmen pasar yang telah ditetapkan belum bisa terpenuhi. Maka dari itu diperlukan suatu strategi komunikasi pemasaran agar perusahaan dapat mencapai target penjualan dan mampu menghadapi para pesaingnya. Objek dari penelitian ini adalah Distro NIMCO *Clothing Company*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Distro NIMCO *Clothing Company* dalam menarik konsumen. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian adalah NIMCO *office* yang beralamat di JL.Delima No. 52B, Condong Catur, Yogyakarta. data diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan *owner, marketing*, dan konsumen NIMCO. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan juga didukung dengan beberapa data dari dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif. Kemudian diuji dengan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui strategi yang digunakan adalah dengan perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Sedangkan kegiatan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui *promotion mix*, yaitu *sales promotion, direct marketing, personal selling, sponsorship* dan *advertising*. Target konsumen yang ingin dicapai juga sudah mengalami peningkatan di setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa program-program strategi komunikasi yang dijalankan NIMCO sudah cukup efektif.