

ABSTRAK

Pertambahan perusahaan media surat kabar dan pertumbuhan usaha di kota Yogyakarta memicu semakin banyaknya biro iklan khususnya biro iklan khusus surat kabar, dengan semakin banyaknya biro iklan layanan khusus surat kabar maka menimbulkan permasalahan baru yaitu persaingan dalam memperebutkan pengiklan. Sebagai salah satu biro iklan, *Etsamedia Advertising* harus mampu mempertahankan para klien miliknya agar tetap mampu menjalankan usahanya. Untuk mempertahankan klien, *Etsamedia advertising* menggunakan strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Biro Iklan *Etsamedia Advertising* Dalam Mempertahankan klien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara *Etsamedia Advertising* menggunakan strategi komunikasi pemasaran untuk mempertahankan kesetiaan kliennya. Dalam penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran dan *Customer Loyalty*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Validitas data dari penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *Etsamedia advertising* melakukan komunikasi pemasaran dengan menggunakan konsep marketing mix yaitu periklanan, promosi penjualan, *public relations*, dan *direct marketing*. Kesimpulan yang didapatkan, *Etsamedia advertising* menggunakan *public relations* dan promosi penjualan sebagai strategi yang utama dalam mempertahankan klien sedangkan periklanan dan *direct marketing* menjadi strategi pendukung.

ABSTRACT

The increasing of newspaper company and business developing in Yogyakarta triggers the improvement of advertising agency especially in newspaper, this creates new problem like competition and fight over clients. As one of advertising agency, Etsamedia Advertising must be able to retain his clients thus it can maintain their ability its business. To maintain the clients, Etsamedia Advertising implements marketing communication strategy. The title of thi study is Marketing Communication Strategy Etsamedia Advertising Agency to Retain The Clients. The aim of this study is to understand how Etsamedia Advertising uses this strategy to maintain the clients. This study uses marketing communication theory and customer loyalty. The research medhod used for this study is descriptive qualitative. Data collection has been done through observations, interviews, and literature study. This study uses triangulation source to validate the data. The study results showed that, Etsamedia Advertising implements marketing communication by using the concept of the marketing mis e.g advertising, sales promotion, public relations, and direct marketing. The conclusion of thi study is, Etsamedi Advertising uses public relation, and marketing promotion as a priority strategic to maintain the clients, whereas advertising and direct marketing as supporting strategy.