

ABSTRAK

Enda Aulia Akbar Ginting Suka. NPM 15210047. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. Skripsi. 2019.

Proses perkembangan globalisasi pada mulanya ditandai dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dari kemajuan bidang ini kemudian mempengaruhi sektor-sektor lain dalam kehidupan, seperti bidang ekonomi, politik, sosial, budaya, kesehatan dan lain-lain. Masuknya budaya luar dapat melalui berbagai macam cara seperti, sarana multi media massa elektronik maupun media cetak, serta media dunia maya (internet dan sosial media) yang sangat mempengaruhi perkembangan budaya Indonesia. Dengan kemajuan teknologi modern mempercepat akses pengetahuan tentang budaya lain, sehingga pengaruh interaksi dengan budaya asing mewarnai kehidupan masyarakat Indonesia.

Strategi komunikasi pemasaran adalah proses penyusunan pesan yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai produk atau jasa. Dan suatu konsep yang diterapkan oleh perusahaan, terutama saat ini ketika era informasi berkembang pesat dan salah satu cara yang dilakukan oleh bidang pemasaran dalam memperkenalkan produk sehingga khalayak membeli produk tersebut.

Dalam mengalisis data-data yang dikumpulkan maka penulis menggunakan: metode analisis dekriptif kualitatif yaitu menggambarkan objek penelitian, menafsirkan (interpretasi) dan mencatat yang sebelumnya telah penulis rumuskan dan penarikan kesimpulan khusus berdasarkan teori yang telah ada dan diterima sebagai suatu kebenaran umum mengenai objek yang diamati.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk Homemade Kefir di Kota Medan dan untuk mengetahui apakah didalam melakukan strategi komunikasi pemasaran dalam mempromosikan produk Homemade Kefir di Kota Medan memiliki kendala.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Hello Kefir dalam mempromosikan produk Homemade Kefir di Kota Medan menggunakan pertimbangan IMC yang dengan penerapan penjualan perorangan, *Sales Promotion* dan *marketing event* yaitu dengan melakukan pelatihan, dengan pengaplikasian menggunakan sosial media serta pemasaran langsung.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran dan Promosi

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK HOMEMADE
KEFIR DI KOTA MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Kom)**

Oleh :

ENDA AULIA AKBAR GINTING SUKA

NPM : 15210047

PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

Pembimbing I,

Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS

Dekan,

Pembimbing II,

Dr. Kariaman Sinaga, S.Sos, M.AP

Ketua Program Study

Dr. Kariaman Sinaga, S.Sos, M.AP

Dr. Maria Ulfa Batubara, S.Sos, M.AP

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DHARMAWANGSA
MEDAN
2019**