

ABSTRAK

Solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologi yang dimiliki. Jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 30 juta pengguna pada tahun 2010. Meningkat sebanyak 1400 % dalam kurun waktu 10 tahun. Hal ini yang membuat Hozbunda membuat strategi komunikasi pemasaran agar setiap pesan promosi yang dibuat dapat sampai ke masyarakat dan dapat meningkatkan penjualan ditengah-tengah padatnya persaingan bisnis di media online. Penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah-masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku. Setelah dilakukan penelitian dengan mewawancarai pemilik perusahaan untuk iklan dan promo maka dapat didapatkan hasilnya bahwa Hozbunda Menggunakan 4P (Produk, Price, place dan promotion) sebagai kekuatan produknya. Dan menggunakan iklan produk sebagai kunci untuk menarik perhatian masyarakat.

Kata Kunci:Strategi komunikasi pemasaran,media online,marketing mix,4P



ABSTRACT

Utilization of appropriate technology solutions are owned business with technology. The number of Internet users in Indonesia reached 30 million users by 2010. Increased as much as 1400% in the past 10 years. This makes Hozbunda makes marketing communication strategy so that each message campaigns created can be up to the community and can increase sales amid the tight competition not ably business online. Research is used by researchers is a qualitative descriptive study of existing problems and working procedures that apply. After doing research by interviewing the owner of the company and drafter for advertising and promotion, it can obtain the result that Hozbunda Using 4P (Product, Price, place and promotion) as the power products. And using advertising as a key product to attract public attention.

Keywords: pemasaran communications strategy, online media, marketing mix, 4P

