



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

**JURUSAN MARKETING COMMUNICATION AND
ADVERTISING**

ABSTRAKSI

MUCHAMAD ADE ALAMSYAH (44310010017)

Strategi Komunikasi Pemasaran Simply Griptape (Clothing Store) Dalam Mencari Pelanggan Periode 2017

(79 Halaman)

(Bibliografi: 26 buku dari tahun 1994-2009)

Persaingan antara clothing store merupakan tantangan yang terberat. Sehingga perusahaan harus mampu dalam menentukan strategi komunikasi pemasaran secara efektif. Dalam menghadapi persaingan tersebut, Simply Griptape harus mampu melakukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat dan efektif untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran Simply Griptape (clothing store) dalam mencari pelanggan. Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah teori Philip Kotler yang mengatakan bahwa strategi seorang komunikator pemasaran harus memperhatikan hal-hal dengan tujuan agar produk yang akan disampaikan dapat diterima oleh konsumen sarannya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus yang tehniknya menggunakan tehnik wawancara dengan beberapa narasumber yaitu pemilik clothing store, manager promosi dan pelanggan baru Simply Griptape. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat oleh peneliti, diketahui bahwa strategi komunikasi pemasaran Simply Griptape adalah dengan menggunakan elemen-elemen seperti mengidentifikasi target audience atau target konsumen, menentukan tujuan komunikasi, mendesain pesan, saluran-saluran komunikasi yang digunakan, anggaran promosi, dan promotion mix yang digunakan. Dan strategi tersebut sudah mampu dalam mencari pelanggan baru.