

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran pada Perusahaan MBIZ, karena MBIZ pada tahun pertamanya dapat mencapai angka pendapatan diluar dari ekspektasi, dan menggunakan jenis-jenis strategi komunikasi yang sederhana.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma konstuktivisme, karena dalam penelitian ini peneliti berusaha mendapatkan hasil interaksi yang dilakukan antara peneliti dengan perusahaan yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Perusahaan MBIZ berupa tahapan-tahapan dan sesuai dengan yang peneliti cari, saat persiapan, saat pelaksanaan, dan pasca mendapatkan konsumen. Berupa 7 strategi khusus dalam persiapan mencari konsumen yaitu *segmenting, targeting, potisioning, market review, competitor review, consumer review, dan brand and product review*. Selanjutnya, 6 strategi khusus dalam saat pelaksanaan mencari konsumen yaitu *advertising, direct marketing, interactive / internet marketing, public relation, sales promotion, personal selling*. Kemudian, 2 strategi khusus dalam menjaga konsumen yaitu peluang dan ancaman / kekurangan.