

BENTUK-BENTUK KOMUNIKASI PEMASARAN SENASIA HANDICRAFT

NOVA TRIA PARATMA
Drs. Yan Yan Cahyana
KKB KK 2 Fis. K. 49/11 Par b

Abstrak

Komunikasi pemasaran adalah proses manajemen dimana suatu organisasi atau perusahaan terlibat langsung dengan audiensnya melalui pemahaman lingkungan. Organisasi atau perusahaan tersebut berusaha untuk mengembangkan dan menyajikan pesan untuk kelompok – kelompok yang diidentifikasi pada stakeholder, sebelum mengevaluasi dan bertindak atas segala tanggapan dengan menyampaikan pesan yang signifikan. Khalayak didorong untuk menawarkan respon sikap, emosi dan perilaku. Pada setiap perusahaan, baik itu perusahaan besar maupun kecil, komunikasi pemasaran merupakan bagian yang penting karena merupakan sarana utama demi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Pada komunikasi pemasaran terdapat bermacam-macam *tools* atau alat yang disebut dengan *promotional mix*. Elemen-elemen yang ada di dalam *promotional mix* ini, menurut Belch dan Belch (2004), yaitu *advertising, sales promotion, public relations, personal selling, direct marketing* dan *interactive/internet marketing*. Elemen – elemen yang ada di dalam *promotional mix* tersebut dilihat sebagai suatu alat komunikasi pemasaran yang menjadi satu kesatuan atau yang terintegrasi (*Integrated Marketing Communications*). Setiap elemen dari komunikasi pemasaran tersebut apabila dijalankan dengan baik, maka akan berpengaruh terhadap jalannya suatu perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti mengambil salah satu contoh perusahaan kecil, yaitu Senasia Handicraft. Dimana perusahaan ini, walaupun perusahaan kecil namun memiliki segmentasi yang besar dan pasarnya dapat menembus hingga keluar negeri. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu *indepth interview*, peneliti akan melakukan wawancara dengan pemilik dan marketing pemasaran dari Senasia Handicraft, dimana hasil dari wawancara akan dianalisis untuk kemudian dijelaskan mengenai bentuk-bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Senasia Handicraft. Hasil dari wawancara yang dilakukan, membuktikan bahwa walaupun Senasia Handicraft tergolong perusahaan kecil atau UKM, tetap dapat menjalankan komunikasi pemasaran dan IMC yang baik, sehingga produknya dapat diketahui oleh konsumen.

Kata kunci : ***Komunikasi pemasaran, bentuk komunikasi pemasaran, IMC.***