

Implementasi Komunikasi Pemasaran Buku Tahunan Sekolah di Agensi 8 Creative Yogyakarta, Tahun 2020

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan implementasi komunikasi pemasaran buku tahunan sekolah di agensi 8 *Creative* Yogyakarta. Alasan dilakukannya penelitian ini adalah melihat persaingan agensi buku tahunan yang semakin ketat di Yogyakarta dan perubahan perilaku konsumen di era internet saat ini, maka agensi 8 *Creative* sebagai agensi buku tahunan yang baru memerlukan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan kemampuan agensi 8 *Creative* dan kebutuhan konsumen, yaitu melalui implementasi komunikasi pemasaran.

Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan kalimat penjelasan secara kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisa dengan analisis kualitatif melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah, pertama Implementasi Komunikasi Pemasaran melalui media cetak selebaran (*leaflet*), diintegrasikan dengan komunikasi pemasaran *personal selling* untuk mendekatkan produk buku tahunan 8 Creative dengan konsumen. Kedua adalah Implementasi Komunikasi Pemasaran melalui Instagram yang merupakan aplikasi berbagi foto, video dan informasi yaitu dengan mengunggah foto konsep 8 Creative sebagai katalog produk dalam promosi visual menimbulkan respon dari pengguna Instagram lain. Komunikasi antar konsumen dalam Instagram 8 *Creative* adalah komunikasi pemasaran *Word of Mouth* sebagai pemasaran Viral yaitu konsumen menceritakan produk 8 Creative kepada konsumen lain secara *online*. Ketiga adalah komunikasi pemasaran yang utama digunakan 8 Creative adalah periklanan, *personal selling* dan *word of mouth*. Dalam implementasi komunikasi pemasaran buku tahunan sekolah di 8 creative, bahwa ketiga komunikasi pemasaran tersebut terintegrasi dengan alat komunikasi pemasaran lainnya yaitu promosi penjualan (*sales promotion*) dan hubungan masyarakat (*public relation*).

Kata Kunci : Implementasi, Komunikasi, Pemasaran, Promosi

***A The Implementation of School Yearbook Marketing Communications
at The 8 Creative Yogyakarta Agency, 2020***

Abstrack

This research is conducted with the aim of describing the implementation of school yearbook marketing communications at the 8 Creative Yogyakarta agency. The essential issue of conducting this research is that the competition for yearbook agencies is getting intense in Yogyakarta and changes in consumer behavior in the current internet era, so the 8 Creative agency as a new yearbook agency requires marketing communications that are in accordance with the capabilities of 8 Creative agencies and consumer needs, namely through the implementation of marketing communications.

The research method applied is descriptive qualitative research that describes the data as it is and explains the data or events with qualitative explanatory sentences. Data collection techniques by interview and documentation. The data obtained were analyzed by qualitative analysis through data collection, data reduction, data presentation and conclusions.

The conclusions of this study are; first, the implementation of marketing communications through printed leaflets, integrated with personal selling marketing communications to bring Creative 8 yearbook products closer to consumers. Second, the implementation of marketing communications through Instagram, which is an application for sharing photos, videos and information by uploading photos 8 Creative's concept as a product catalog in visual promotion elicits a response from other Instagram users. Communication between consumers in Instagram 8 Creative is Word of Mouth marketing communication as viral marketing, namely consumers telling 8 Creative products to other consumers online. Third, the main marketing communications used by 8 Creative are advertising, personal selling and word of mouth. In implementing school yearbook marketing communication at creative 8, the three marketing communications are integrated with other marketing communication tools, namely sales promotion and public relations.

Keyword: Implementation, Communication, Marketing, Advertising