

ABSTRAK

Globalisasi membuat industri kreatif berkembang dengan pesat salah satu perusahaan yang bergerak di industri kreatif salah satunya adalah Kedai Digital. Ini membuat industri kreatif menjadi objek penelitian yang menarik. Penelitian yang berjudul “Studi Deskripsi Kualitatif *Integreted Marketing Communication* Pada Kedai Digital Corp Tahun 2019” ini memiliki rumusan masalah Bagaimana *Integrated Marketing Communication* pada Kedai Digital Corp Tahun 2019?. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan strategi, implementasi, faktor penghambat dan evaluasi *Integrated Marketing Communication* pada Kedai Digital Corp.

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kedai Digital Corp pada Januari 2020 dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer terdiri dari obsevasi dan wawancara sedangkan untuk data sekunder dikumpulkan melalui penelusuran atau studi pustaka dari berbagai arsip-arsip penelitian, artikel-artikel, dokumen-dokumen dan buku-buku yang berkaitan dengan kajian penelitian ini. Kemudian untuk teknik analisi data menggunakan Reduksi Data, *Display Data* serta Kesimpulan / *Verifikasi*

Berdasarkan analisa data yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa *Integrated Marketing Communication* pada Kedai Digital Corp adalah pertama dengan Iklan, Kedai Digital mengiklankan produknya menggunakan media sosial dengan memanfaatkan fitur *Ads* pada platform Instagram dan Facebook. Kemudian kedua Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) yaitu Tidak ada minimal order, Pelayanan satu hari selesai, *Template* dan desain gratis, dan Pemberian garansi *reject*. Ketiga *Public Relation* dengan kegiatan yang bersifat sosial untuk membantu masyarakat. Keempat Promosi Langsung dengan melalui *sponsorship event*. Kelima *Personal Selling* yaitu menggunakan wiraniaga untuk melakukan kegiatan penjualan personal mereka

Kata kunci : Industri Kreatif, Kedai Digital, *Integreted Marketing Communication*