

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HELM PREDATOR MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK**”. Strategi pemasaran merupakan salah satu hal yang paling krusial bagi perusahaan. Tanpa strategi pemasaran yang tepat, perusahaan tidak dapat membidik konsumen. Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara langsung, tentang produk dan merek yang dijual. Intinya komunikasi pemasaran mempresentasikan suara perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana dimana perusahaan dapat membuat dialog dan membangun hubungan dengan konsumen agar dapat bertahan hingga jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *product, price, place, promotion*, helm predator yang dipasarkan di media sosial Facebook. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teori Marketing Mix Kotler.

Hasil dari penelitian ini, Strategi komunikasi pemasaran helm predator melalui media sosial *facebook* sudah cukup efektif karena masyarakat lebih banyak berbelanja secara online dan helm ini termasuk salah satu helm yang cukup unik dan menarik perhatian banyak orang ketika digunakan karena bentuk dan motif yang berbeda dibandingkan helm pada umumnya.

Rekomendasi yang ingin disampaikan peneliti diharapkan untuk dapat menjadi masukan bagi beberapa pemilik toko helm predator agar dapat menjadi toko helm yang dipercaya konsumennya dapat memanfaatkan aplikasi media sosial tersebut dengan sebaik-baiknya sebagai strategi promosinya, karena hal tersebut dianggap oleh peneliti sebagai cara yang efektif untuk mendapatkan konsumen tanpa melakukan promosi yang mengeluarkan anggaran biaya besar.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing Mix

ABSTRACT

*This study entitled " **The Strategy Of Marketing Communication Predator Helmet Through Facebook Social Media** ". Marketing strategy is one of the crucial things for the company. Without the right marketing strategy, companies cannot target consumers. Marketing communication is a means by which companies try to inform, persuade and remind consumers directly, about the products and brands that are sold. The point is that marketing communication presents the voice of the company and its brand and is a means by which the company can make a dialogue and build relationships with consumers so that it can last long term.*

This study aims to determine the product, price, place, promotion, predator helmets that are marketed on social media Facebook. The method in this study uses qualitative research methods using the Marketing Mix Kotler theory.

The results of this study, the marketing communication strategy of predator helmets through social media Facebook is quite effective because more people shop online and this helmet is one of the helmets that is quite unique and attracts the attention of many people when used because of different shapes and motives compared to helmets on generally.

Recommendation that the researcher wishes to convey is expected to be able to provide input for some predator helmet shop owners in order to become a helmet shop that consumers believe can utilize the social media application as well as their promotion strategy, because it is considered by researchers as an effective way to obtain consumers without promotions that incur a large budget.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Marketing Mix.*

RINGKESAN

Panalungtikan ieu judulna "STRATEGI MARKETING KOMUNIKASI HELMET PREDATOR DINA MEDIA SOSIAL FACEBOOK". Strategi pamasaran mangrupikeun hal penting pikeun perusahaan. Tanpa strategi pamasaran anu leres, perusahaan tiasa nargetkeun konsumen. Komunikasi pamasaran mangrupikeun hartosna dimana perusahaan nyobian ngabéjaan, ngolo-ngolo sareng ngingetkeun para konsumen langsung, ngeunaan produk sareng merek anu dijual. Intina nyaéta komunikasi pamasaran masihan sora perusahaan sareng merek na mangrupikeun hartos anu perusahaan tiasa ngadamel dialog sareng ngawangun hubungan sareng konsumen ku kituna tiasa tahan jangka panjang..

Panalungtikan ieu ditujukeun pikeun nangtukeun produk, harga, tempat, promosi, helem predator anu dipasarkeun dina media sosial Facebook. Metode dina pangajaran ieu ngagunakeun metode panaliti kualitatif ngagunakeun teori Marketing Mix Kotler.

Hasil tina panalungtikan ieu, strategi komunikasi pamasaran helm predator ngalangkungan media sosial Facebook parantos rada efektif kusabab langkung jalma balanja online sareng helm ieu mangrupikeun helm anu cukup unik sareng narik perhatian seueur jalma nalika dianggo kusabab béda bentuk sareng motif dibandingkeun dina helem. umumna.

Rekomendasi anu hoyong panaliti hoyong dipiharep bakal tiasamasihan masukan pikeun sababaraha pamilik toko helm predator sahingga tiasa janten toko helm anu dipercaya para konsumen tiasa ngagunakeun aplikasi média sosial ogé strategi promosi, sabab dianggap ku panaliti salaku cara anu épéktip pikeun menangkeun konsumen tanpa promosi anu ngagaduhan anggaran anu ageung

Konci: *Strategi Marketing Komunikasi, Marketing Mix*