## ABSTRAK

Penelitian dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA MINIMARKET INDOMARET DI PAMANUKAN KABUPATEN**

**SUBANG”** memfokuskan pada bagaimana strategi komunikasi pemasaran Minimarket Indomaret di Pamanukan Kabupaten Subang. Untuk mengetahui bagaimana strategi *advertising*, strategi *public relations*, strategi *event sponsorship*, strategi *sales promotion*, dan strategi *personal selling* yang dilakukan oleh Minimarket Indomaret di Pamanukan Kabupaten Subang.

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan yaitu observasi lapangan dan wawancara mendalam. Pemilihan informan dilakukan melalui proses pengamatan.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa *advertising* yang dilakukan oleh Minimarket Indomaret yaitu dengan menggunakan media sosial untuk berbagi informasi mengenai produk. Minimarket Indomaret menggunakan strategi *public relations* dengan selalu menjaga citra positif dan memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Mengenai *event sponsorship*, Minimarket Indomaret tidak melakukan kegiatan *event sponsorship*. Hal ini dikarenakan lokasi Minimarket Indomaret Pamanukan Kabupaten Subang yang dinilai kurang strategis. Selanjutnya melalui *sales promotion* Minimarket Indomaret sangat gencar melakukan promosi-promosi produk agar konsumen tetap loyal terhadap perusahaan. Selain itu dalam melakukan strategi *personal selling* Minimarket Indomaret menjadikan setiap kasir sebagai ujung tombak, karena interaksi yang terjadi antar konsumen dan pegawai hanya terjadi pada saat transaksi.

Hal yang dapat diperoleh dalam penelitian ini yaitu Minimarket Indomaret tidak sepenuhnya melakukan kegiatan strategi komunikasi pemasaran sesuai dengan 5 point tersebut. Masukan yang dapat penulis sampaikan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan adalah agar Minimarket Indomaret dapat lebih mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran.

### Research entitled "MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN INDOMARET MINIMARKET IN PAMANUKAN, SUBANG REGENCY" focuses

***on how the marketing communication strategy of Indomaret Minimarket in Pamanukan, Subang Regency. To find out how the advertising strategy, public relations strategy, event sponsorship strategy, sales promotion strategy, and personal selling strategy were carried out by the Indomaret Minimarket in Pamanukan, Subang Regency.***

***The research method used by the author in this study is a case study, with a qualitative type of research. Data collection techniques used in this research are literature study and field studies, namely field observations and in-depth interviews. The selection of informants was carried out through a process of observation.***

***Based on the research results, it is obtained an illustration that advertising carried out by Indomaret Minimarket is by using social media to share information about products. Indomaret minimarket uses a public relations strategy by always maintaining a positive image and providing what consumers need.***

***Regarding sponsorship events, Indomaret Minimarket does not carry out sponsorship events. This is because the location of the Indomaret Pamanukan Minimarket in Subang Regency is considered less strategic. Furthermore, through sales promotion, Indomaret Minimarket is very active in carrying out product promotions so that consumers remain loyal to the company. In addition, in implementing the personal selling strategy, Indomaret Minimarket makes every cashier the spearhead, because the interactions that occur between consumers and employees only occur at the time of the transaction.***

***What can be obtained in this research is that the Indomaret Minimarket does not fully carry out marketing communication strategy activities in accordance with these 5 points. The input that the author can convey based on the results of the research conducted is so that the Indomaret Minimarket can further optimize the marketing communication strategy.***

*Panilitian kalayan judul "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DI INDOMARET MINIMARKET DI PAMANUKAN, DAERAH SUBANG" museur kana*

*kumaha stratégi komunikasi pamasaran Indomaret Minimarket di Pamanukan, Kabupatén Subang. Pikeun milarian terang kumaha strategi iklan, stratégi hubungan masarakat, stratégi sponsor acara, strategi promosi penjualan sareng stratégi jual pribadi dilakukeun ku Indomaret Minimarket di Pamanukan, Kabupatén Subang.*

*Métode panilitian anu digunakeun ku panulis dina panilitian ieu nyaéta studi kasus, kalayan jenis panilitian kualitatif. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta studi pustaka sareng studi lapangan, nyaéta observasi lapangan sareng wawancara anu jero. Pilihan informan dilaksanakeun ngaliwatan prosés obsérvasi.*

*Dumasar kana hasil panilitian, dicandak ilustrasi yén iklan anu dilakukeun ku Indomaret Minimarket nyaéta ku ngagunakeun média sosial pikeun ngabagi inpormasi ngeunaan produk. Indomaret minimarket ngagunakeun strategi hubungan masarakat ku salawasna ngajaga citra anu positip sareng nyayogikeun naon anu diperyogikeun ku konsumen.*

*Ngeunaan acara sponsor, Indomaret Minimarket henteu ngalaksanakeun acara sponsor. Ieu kusabab ayana Indomaret Pamanukan Minimarket di Kabupatén Subang dianggap kurang strategis. Salajengna, ngalangkungan promosi penjualan, Indomaret Minimarket aktip pisan dina ngalaksanakeun promosi produk sahingga konsumen tetep satia ka perusahaan. Salaku tambahan, dina nerapkeun stratégi jual pribadi, Indomaret Minimarket ngajantenkeun unggal kasir janten ujung tombak, kusabab interaksi anu lumangsung antara konsumen sareng padamel ngan ukur lumangsung nalika transaksi.*

*Anu tiasa didapet dina ieu panalungtikan nyaéta Indomaret Minimarket henteu sapinuhna ngalaksanakeun kagiatan strategi komunikasi pamasaran saluyu sareng 5 poin ieu. Input anu tiasa ditepikeun panulis dumasar kana hasil tina panilitian anu dilakukeun nyaéta supaya Indomaret Minimarket tiasa langkung ngaoptimalkeun stratégi komunikasi pamasaran.*