

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BENGKEL MAGIC STARS RACING TEAM DALAM MENJAGA KESETIAAN KONSUMEN**”. Penelitian ini dibuat untuk mengetahui bagaimana bengkel Magic Stars Racing Team menerapkan strategi komunikasi pemasaran atau *Integrated Marketing Communication (IMC)*. *IMC* adalah proses untuk mengelola hubungan perusahaan dengan pelanggan untuk meningkatkan nilai merek. *IMC* memiliki lima komponen, yaitu; *Public Relation, Advertising, Direct Marketing, Event Sponsorship, dan Personal Selling*.

Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif yang artinya dilakukan dengan wawancara secara mendalam untuk mendapatkan informasi atau kejadian secara sistematis dan akurat. Peneliti juga menggunakan paradigma *post positivisme* yang menjelaskan bahwa manusia tidak mungkin mendapatkan kebenaran dari realitas jika peneliti tidak langsung terlibat dengan realitas. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara; wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Integrated Marketing Communication (IMC)* yang dikemukakan oleh Terrence A. Shimp.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil dari wawancara dan data-data yang telah didapatkan. Dapat disimpulkan bahwa dari lima komponen yang ada pada strategi komunikasi pemasaran atau *Integrated Marketing Communication (IMC)* yang meliputi; *Public Relation, Advertising, Direct Marketing, Event Sponsorship & Personal Selling*, empat diantaranya sudah dilaksanakan kecuali *Personal Selling*. Dua diantaranya (*Public Relation & Event Sponsorship*) cukup berjalan dengan baik walaupun masih ada bagian-bagiannya yang masih dapat dimaksimalkan dan diaplikasikan. Dua diantaranya (*Direct Marketing & Advertising*) sudah berjalan namun masih jauh dari kata “efektif” dalam pelaksanaannya sehingga masih banyak yang dapat diperbaiki dalam menjalankan strategi tersebut.

Kata Kunci: *strategi komunikasi, bengkel magic stars, media sosial instagram*

## ABSTRAK

*This research is entitled "MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF MAGIC STARS RACING TEAM WORKSHOP IN MAINTAINING CONSUMER LOYALTY". This research was made to find out how the Magic Stars Racing Team workshop implemented an Integrated Marketing Communication (IMC) strategy. IMC is a process for managing a company's relationship with customers to increase brand value. IMC has five components, namely; Public Relations, Advertising, Direct Marketing, Event Sponsorship, and Personal Selling.*

*The researcher uses a qualitative descriptive method, which means that it is carried out with in-depth interviews to obtain information or events systematically and accurately. Researchers also use the post-positivism paradigm which explains that humans cannot get the truth from reality if researchers are not directly involved with reality. Researchers used data collection techniques by; interviews, observations and documentation. In this study, researchers used the theory of Integrated Marketing Communication (IMC) proposed by Terrence A. Shimp.*

*In this study, the researcher obtained the results from interviews and the data that had been obtained. It can be concluded that of the five components that exist in the marketing communication strategy or Integrated Marketing Communication (IMC), which include; Public Relations, Advertising, Direct Marketing, Event Sponsorship & Personal Selling, four of which have been implemented except for Personal Selling. Two of them (Public Relations & Event Sponsorship) are running quite well although there are still parts that can still be maximized and applied. Two of them (Direct Marketing & Advertising) have been running but are still far from being "effective" in their implementation so there is still much that can be improved in carrying out these strategies.*

*Keywords: communication strategy, magic stars workshop, social mediainstagram*

## RINGKESAN

*Ieu panalungtikan dijudulan “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BENGKEL TIM BALAP MAGIC STARS DINA NGAJAGA KASETIAAN*

*KONSUMEN”. Ieu panalungtikan dilakukeun pikeun mikanyaho kumaha bengkel Tim Balap Magic Stars ngalaksanakeun strategi Integrated Marketing Communication (IMC). IMC mangrupikeun prosés pikeun ngatur hubungan perusahaan sareng para nasabah pikeun ningkatkeun nilai merek. IMC mibanda lima komponén, nyaéta; Humas, Iklan, Pemasaran Langsung, Sponsor Acara, sareng Penjualan Pribadi.*

*Panalungtik ngagunakeun métode déskriptif kualitatif, nya éta dilaksanakeun ku wawancara anu jero pikeun meunangkeun informasi atawakajadian sacara sistematis jeung akurat. Panalungtik ogé ngagunakeun paradigma post-positivism anu nétélakeun yén manusa moal bisa meunangkeun bebeneran tina realitas lamun panalungtik teu kalibet langsung jeung realitas. Panalungtik ngagunakeun téhnik ngumpulkeun data ku; wawancara, observasi jeung dokuméntasi. Dina ieu panalungtikan, panalungtik ngagunakeun téori Integrated Marketing Communication (IMC) anu diajukeun ku Terrence A. Shimp.*

*Dina ieu panalungtikan, panalungtik meunangkeun hasil tina wawancara jeung data anu geus dimeunangkeun. Bisa dicindekkeun yén tina lima komponén anu aya dina strategi komunikasi pamasaran atawa Integrated Marketing Communication (IMC), diantarana; Humas, Periklanan, Pemasaran Langsung, Sponsor Acara & Penjualan Pribadi, opat di antarana parantos dilaksanakeun kecuali Penjualan Pribadi. Dua diantarana (Humas & Sponsor Acara) jalanna lumayan sanajan masih aya bagian anu masih tiasa dimaksimalkeun sareng diterapkeun. Dua di antarana (Direct Marketing & Advertising) geus jalan tapi masih jauh tina "éfektif" dina palaksanaan maranéhanana jadi masih loba anu bisa ningkat dina ngalaksanakeun strategi ieu.*

*Sanggem Kunci: strategi komunikasi, bengkel magic stars, média sosial instagram*