

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan atau doktor), baik di Universitas Pasundan maupun diperguruan tinggi lain;
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing dan masukan penguji;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, Agustus 2023

Yang membuat pernyataan

Himyar Hilmy Putri

192050245

ABSTRAK

Berbagai macam strategi yang dilakukan oleh seorang *Marketing Communications (Marcomm)* membuat peneliti ingin lebih dalam mengetahui tentang strategi-strategi yang dilakukan oleh seorang *marcomm* PT. Brodo Ganesha Bandung sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRODO DI KOTA BANDUNG.”**

Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh *Marcomm* PT. Brodo Ganesha Bandung dalam melakukan komunikasi pemasaran dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi satu acuan serta manfaat bagi pengembangan suatu ilmu.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif dengan menggunakan Teori *Integrated Marketing Communication (IMC)* dari Terence A. Shimp yang memiliki beberapa elemen atau bauran komunikasi (*communication mix*) seperti *sales promotion, advertising, personal selling, public relation, dan event sponsorship*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara Studi Kepustakaan dan Studi Lapangan. Studi lapangan terdiri dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Dengan melakukan komunikasi pemasaran berdasarkan teori IMC, PT. Brodo Ganesha Bandung bisa bertahan selama lebih dari satu dekade. Tujuan komunikasi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan angka penjualan dan dapat memberikan perhatian kepada masyarakat bahwa PT. Brodo Ganesha Bandung adalah *brand local* dari Bandung yang membuat sepatu *stylish*, berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.

Hasil penelitian ini adalah mengetahui strategi yang digunakan oleh *Marcomm* di PT. Brodo Ganesha Bandung dalam mempertahankan perusahaannya.

Kata kunci: Strategi Marketing Communication, IMC

ABSTRACT

The various kinds of strategies carried out by a Marketing Communications made researchers want to know more about the strategies carried out by a Marcomm PT. Brodo Ganesha Bandung so the researchers decided to take the title "MARKETING COMMUNICATION STRATEGY BRODO IN BANDUNG."

The purpose and usefulness of this research is to find out the strategy carried out by Marcomm PT. Brodo Ganesha Bandung in conducting marketing communications and research is expected to be a reference and benefit for the development of a science.

The research method used in this research is qualitative by using Integrated Marketing Communication (IMC) theory from Terence A. Shimp which has several elements or communication mix such as sales promotion, advertising, personal selling, public relation, and event sponsorship. Data collection techniques in this study by way of Library Studies and Field Studies. Field studies consist of observation, in-depth interviews, and documentation.

By conducting marketing communications based on IMC theory, PT. Brodo Ganesha Bandung can last for more than a decade. The purpose of marketing communications is expected to be able to increase sales figures and to pay attention to the public that PT. Brodo Ganesha Bandung is a local brand from Bandung that makes stylish, high quality shoes at affordable prices.

The result of this research is to know the strategy used by Marcomm at PT. Brodo Ganesha Bandung in maintaining his company.

Keywords: Marketing Communication Strategy, IMC