FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

ABSTRAK

(A) REYNALDI PERMANA (915150059)
(B) STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENGUSAHA *BRAND* LOKAL
(C) xvi+54 HLM, 2019,GAMBAR 8,LAMPIRAN 3
(D) *PUBLIC RELATIONS*

Abstrak: Berkembangnya zaman ditandai dengan teknologi informasi dan komunikasi yang sudah canggih. Perkembangan zaman dapat digunakan sebagai alat untuk menyusun strategi komunikasi. *Fine Finest Hour* dan *Your Apparel* adalah *brand clothing* lokal yang menggunakan beberapa strategi komunikasi pemasaran dan bauran pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh pengusaha *brand clothing* lokal dalam pemasaran produk. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu studi kasus. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan pemilik *brand Fine Finest Hour* dan *Your Apparel* dan beberapa konsumen dari masing-masing perusahaan, studi pustaka dan observasi secara tidak langsung. Dari seluruh kegiatan pemasaran yang diteliti menunjukkan bahwa kegiatan yang paling dominan diperhatikan oleh kedua perusahaan yaitu memilih saluran komunikasi dan mengukur hasil. Komunikasi dengan pelanggan dilakukan secara tatap muka, melalui media sosial, dan media elektronik lainnya. Kepuasan pelanggan diukur dengan melihat komentar melalui media sosial *Instagram*, ada juga melalui kolom *review* produk dari *Tokopedia*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Brand* Lokal, Komunikasi Pemasaran.

(E) Daftar Pustaka : 22 buku (2008-2017)

Roswita Oktavianti S.Sos., M.Si.