

SENI BERKOMUNIKASI DALAM PEMASARAN

ABSTRAK

Oleh:

**Ilham Prima Adipradana
2061129**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Erminati Pancaningrum, ST, MSM**

Komunikasi pemasaran merupakan penghubung informasi produk kepada para konsumen yang bertujuan memberi pengaruh terhadap pembelian produk dan diharapkan dapat melakukan pembelian ulang serta menciptakan citra produk kepada para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh para tenaga pemasar dalam memasarkan produk pembiayaan kepemilikan logam emas (KLE) serta diharapkan memberi manfaat pengetahuan tentang produk KLE. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus terhadap para tenaga pemasar yang dimiliki Bank Jatim Syariah Sidoarjo. Berdasarkan analisa penelitian, bahwasanya komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh para tenaga pemasar adalah dengan cara menjalin hubungan baik dengan para konsumennya, memasarkan produk melalui beberapa sosial media, memperbanyak branding, memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, memberikan edukasi serta reward kepada konsumen, dan melakukan penjualan secara langsung. Namun, terdapat perbedaan dalam pengaplikasian komunikasi pemasaran serta gaya komunikasi yang berbeda dari setiap masing-masing tenaga pemasar.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Kepemilikan Logam Emas, Tenaga Pemasar

THE ART OF COMMUNICATION IN MARKETING

ABSTRACT

by:

**Ilham Prima Adipradana
2061129**

***Supervisor Lecturer:*
Dr. Erminati Pancaningrum, ST, MSM**

Marketing communications is a link between product information to consumers which aims to influence product purchases and is expected to make repeat purchases and create an image of the product to consumers. This research aims to find out and understand the marketing communications implemented by marketers in marketing gold metal ownership financing (KLE) products and is expected to provide the benefit of knowledge about KLE products. This research uses a qualitative descriptive method with a case study approach to the marketing staff of Bank Jatim Syariah Sidoarjo. Based on research analysis, marketing communications implemented by marketers is by establishing good relationships with consumers, marketing products through several social media, increasing branding, providing the best service to consumers, providing education and rewards to consumers, and making direct selling. However, there are differences in the application of marketing communications and different communication styles for each marketer.

Keywords: Marketing Communications, Gold Metal Ownership, Marketing Power