

ABSTRAK

Achmad Fauzi , B06213003, 2017. Komunikasi Pemasaran UKM Kacapuri Dalam Menarik Konsumen Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : *komunikasi pemasaran, UKM Kacapuri* .

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil rumusan masalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UKM Kacapuri.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakan metode dan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif karena dalam penelitian ini peneliti berusaha menelaah fenomena sosial, kemudin data yang didapatkan tersebut akan dianalisis dengan teori komunikasi pemasaran terpadu

Dari hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UKM Kacapuri ditemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UKM Kacapuri adalah 1)UKM Kacapuri menggunakan Iklan melalui media sosial, (2) UKM Kacapuri Menggunakan pemasaran langsung melalui penjualan tatap muka dan melalui media online, (3)Penggunaan Instagram sebagai media pemasaran interaktif, (4) UKM Kacapuri memberikan potongan harga sebagai bagian dari promosi penjualan (5) membangun citra dan publikasi sebagai bagian dari kegiatan Humas UKM Kacapuri, (6) UKM Kacapuri menggunakan *personal branding* sebagai bagian dari penjualan personal

Berdasarkan hasil temuan pada temuan ini, peneliti merekomendasikan beberapa hal untuk perkembangan UKM Kacapuri dimasa yang akan datang, 1) Memperluas penggunaan media promosi, menggunakan media sosial mungkin untuk saat ini dirasa paling efektif bagi UKM Kacapuri, namun UKM Kacapuri tidak boleh terfokus pada satu media saja, UKM Kaca puri perlu menyeimbangkan penggunaan media lain sebagai sarana untuk memperluas segmentasi pasar dari UKM Kacapuri. (2) UKM Kacapuri sebaiknya mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam strategi komunikasi pemasarannya, sehingga produk yang dihasilkanpun sesuai dengan apa yang dibuthkan oleh konsumen, mengingat kebutuhan konsumen yang akan selalu berubah mengikuti perkembangan zaman.