

Abstrak

Sixpax Clothing Bandung merupakan salah satu brand di kota Bandung, mengawali fokus bermula dengan *leather shoes black & white tees concept* di tahun 2012. Sixpax menjajaki awal karir di Jalan Trunojoyo, kini Sixpax Clothing Bandung berkembang pesat melalui media online Twitter. Fokus utama produk produk Sixpax adalah *Casual Basic*. Sixpax Clothing Bandung merupakan brand yang sangat giat dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasarannya. Strategi komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang diperuntukan memperkuat strategi pemasaran guna meraih efektifitas pemasaran dan segmentasi yang tepat. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik *in-depth interview*, observasi langsung penelitian di Sixpax Clothing Bandung yang juga didukung data dari perusahaan dan informan yang berjumlah dua orang. Berdasarkan hasil pengolahan data, pemanfaatan strategi komunikasi pemasaran yang dilaksanakan fokus menekankan pada aspek *strategy circle*, terutama bagian *advertising* melalui media *online*.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Discovery Circle, Intent Circle, Strategy Circle.