

ABSTRAK

Penggunaan media sosial sebagai media promosi memiliki peranan penting. Hal inilah yang digunakan oleh *DJ Arie Public speaking and Broadcasting School* dalam meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *DJ Arie Public speaking and Broadcasting School* dalam meningkatkan *brand awareness*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *DJ Arie Public speaking and Broadcasting School*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi komunikasi pemasaran dari buku karya Widjayanto dan Amirullah yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Dari penelitian yang sudah dilakukan ini dapat disimpulkan bahwa tahap perencanaan dimulai dengan proses analisis permasalahan, dilakukan proses analisis khalayak, penentuan tujuan komunikasi, melakukan pemilihan media promosi dan yang terakhir yaitu proses pengembangan pesan. Pada tahap pelaksanaan, *DJ Arie Public Speaking and Broadcasting School* melakukan kegiatan bauran pemasaran seperti *sales promotion*, publisitas, *event*, pemasaran interaktif, serta *WOM*. Tahap terakhir yaitu tahap evaluasi yang dilakukan dengan dua langkah yakni, mengukur kinerja promosi serta melakukan koreksi pada apa yang perlu dibenahi saat tahap pelaksanaan.

Kata Kunci : Bauran Komunikasi Pemasaran, Evaluasi, Pelaksanaan, Perencanaan dan Strategi Komunikasi Pemasaran