

## ABSTRAK

CV. Cuan Maju Mapan merupakan suatu perusahaan yang mengeluarkan produk bernama Fresher58. Produk Fresher58 sendiri terdiri dari parfum sepatu, sabun sepatu dan parfum mobil. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan informasi mengenai promosi Fresher58 secara *general* yang dilakukan oleh *marketing communication* CV. Cuan Maju Mapan. Penelitian ini menggunakan teori Strategi *public relations* milik Cutlip, Center dan Broom serta menggunakan teori promosi milik Kotler dan Amstrong. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *marketing communication* CV. Cuan Maju Mapan menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana promosi terbesar dengan fitur yang terdapat di dalamnya seperti fitur *swipe up*, *instastory*, *highlight* dan *ads*. Selain itu, *marketing communication* CV. Cuan Maju Mapan menggunakan cara lain yang dapat membantu dalam promosi seperti *fact finding* yang memudahkan mengklasifikasikan dengan mencari data tentang target yang ingin disasar, *planning* yang dilakukan dengan melihat waktu, tempat dan *budget* yang akan dikeluarkan selama promosi, *communication* yang dilakukan selama promosi dan *evaluation* yang membuat *marketing communication* CV. Cuan Maju Mapan lebih baik dalam promosi. Pihak *marketing communication* CV. Cuan Maju Mapan juga menggunakan sarana utama promosi seperti *advertising* yang dilakukan baik via Instagram atau *influencer*, *personal selling* dengan mengikuti event atau bekerja sama dengan pihak yang dapat membantu promosi, *public relations* yang membuat komunikasi dengan konsumen atau klien lebih baik, *sales promotion* yang menarik konsumen dan *direct marketing* yang dilakukan agar konsumen merasa lebih dihargai secara langsung.

**Kata Kunci:** *Marketing Communication*, Promosi, Strategi, Strategi Promosi