

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan tempat-tempat pariwisata yang menakjubkan. Salah satu dari tempat wisata di Indonesia yang terkenal adalah kota Bandung. Bandung yang dikenal sebagai pemimpin dalam dunia kreatif dan juga menjadi wisata *fashion* di Indonesia pada saat ini melahirkan inovasi baru. Persaingan pasar semakin kompetitif bagi perkembangan perusahaan terutama untuk industri *fashion*. Setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang tepat dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen sehingga mampu menarik perhatian dan merebut pangsa pasar. Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memperkuat strategi pemasaran, guna meraih segmentasi yang lebih luas.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode riset studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara, pengamatan langsung dan studi pustaka. Informan dalam penelitian ini berjumlah empat orang informan.

Hasil penelitian ini adalah Distro Cosmic Bandung Trunojoyo Bandung memiliki strategi komunikasi pemasaran yang unik, yaitu program *School of Joy*, yaitu dengan menggunakan strategi promosi dan strategi media. Kedua komponen ini adalah hal yang digunakan Distro Cosmic dalam menerapkan program *School of Joy*.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, strategi promosi, strategi media

ABSTRACT

Indonesia is famed by its wonderful tourism. Are of its finest places to visit is Bandung. Bandung is known as a leader in the creative world now spawned new innovations. Competitive market for company's development has increase that make every company should have a proper marketing strategy and is able to find the needs of consumers. Marketing communication is a form of communication that is targeted to strengthen the marketing strategy to gain a broader segmentation.

This kind of uses a qualitative method with case study method. The data are obtained from interviews, direct observations and study of library. This research consist of four respondents.

The result show that Distro Cosmic cabang Trunojoyo Bandung have unique marketing communication strategy and called School of Joy program. School of Joy use promotion strategy and media strategy. The both component is the thing that used by Distro Cosmic cabang Trunojoyo Bandung for School of Joy program.

Key words : Marketing Communication Strategy, promotion strategy, media strategy.