

ABSTRAK

Muhammad Fadli Yusuf, *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Konsumen Wedding Organizer Studi kasus Merica Event & Desain di Kota Palopo* (dibimbing oleh Wardah dan Ahmad Syarif)

Strategi Komunikasi Pemasaran suatu produk dalam suatu perusahaan merupakan salah satu bentuk strategi perbaikan pemasaran dalam memajukan suatu perusahaan dan menjadikan produk yang ditawarkan agar lebih menarik. Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder dengan jumlah informan sebanyak 5 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Konsumen *Wedding Organizer* (studi kasus *Merica event & Desain* di Kota Palopo) terbilang baik dengan merujuk pada (1) Informasi Produk, yang diinformasikan melalui akun sosial media dan brosur informasi lengkap produk dan layanan. (2) Layanan, yang diberikan semaksimal mungkin untuk menghadirkan layanan yang memuaskan bagi konsumen. (3) Pembelian, menerima orderan produk melalui *instagram* dan *WhatsApp* namun tetap direkomendasikan untuk datang langsung ke kantor. (4) *Advertising* atau periklanan, menggunakan sistem periklanan yaitu *offline* seperti membuat brosur dan informasi teman ke teman, sedangkan *online* ada sosial media *instaram* dan *WhatsApp* dan (5) *Sponsorship* kreatif, dengan mengadakan promo *cashback* OVO, promo diskon hingga promo khusus PPKM dimasa pandemi. Kemudian faktor pendukungnya adalah konsisten dan memanfaatkan era digital sedangkan faktor penghambat adalah masih adanya masyarakat yang tidak ingin bertemu langsung karena masa pandemi Covid-19.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi, Pemasaran