

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Tsaradila Retya Anjung Tsana

Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital Printing* Ampera 66 Cilacap dalam Memasarkan Produknya Pada Tahun 2017

Tahun Skripsi : 2018 + 125 hal + 25 Gambar + 5 Tabel

Daftar Pustaka : 23 Buku + 10 Jurnal + 2 Internet + 2 Dokumen Perusahaan

Bisnis dalam *digital printing* merupakan industri yang berkembang secara cepat dan dinamis dalam kehidupan modern di kota-kota besar ataupun di kota-kota kecil, karena hampir di setiap kota memerlukannya. Ampera 66 Cilacap itu sendiri adalah salah satu *digital printing* yang bisa dibilang cukup besar di Cilacap, tetapi dalam menjalankan strategi Ampera 66 masih ada masalah dan kurang dalam mempromosikan produknya.

Ampera 66 dalam menganalisis strategi komunikasi pemasaran *digital printing* yaitu dengan cara: analisis swot, segmentasi pasar, dan bauran promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sumber pengumpulan data dilakukan dengan melalui wawancara dan dokumentasi.

Dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Ampera 66 Cilacap masih terdapat beberapa kekurangan dalam memasarkan produknya. Kurangnya strategi dalam memasarkan produknya bisa membuat Ampera 66 kalah saing dengan *digital printing* lainnya.

Kunci : *Digital Printing*, Strategi, Pemasaran

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Sciences Department

Advertising Concentration

Tsaradila Retya Anjung Tsana

Ampera 66 Digital Printing Marketing Communication Strategy Cilacap in Marketing Its Products in 2017

Year of Thesis: 2018 + 125 pages + 25 Pictures + 5 Tables

References: 23 Books + 10 Journals + 2 Internet + 2 Corporate Document

Business in digital printing is an industry that develops quickly and dynamically in modern life of both in big cities or in small cities because almost every city need this industry. Ampera 66 Cilacap is one of the digital printing that can be said to be quite large but lacking in run its digital printing strategy and have problems with promoting its products.

Ampera 66 analyzing digital printing communication strategies by: swot analysis , market segmentation, and promotion mix. The method used in this research is qualitative descriptive method. The source of data collection is done through interviews and documentation.

The results of this study indicate that the marketing communication strategy that Ampera 66 Cilacap use still has some disadvantages in marketing its products. Lack of strategy in marketing its products can make Ampera 66 less competitive with other digital printing.

Keyword: Digital Printing, Strategy, Marketing