

ABSTRAKSI

Majalah Kabare merupakan perusahaan yang produknya berupa barang konsumsi. Strategi pemasaran Majalah Kabare yaitu menjadi majalah yang berisi tentang segala sesuatu tentang kota Jogja. Hal ini dilakukan untuk menarik minat pembaca bahwa Majalah Kabare dapat menjadi media yang bisa mewakili kota Jogja bagi masyarakat yang ingin terus mengetahui informasi dan perkembangan kota Jogja. Melihat saat ini persaingan di bidang media cetak sangatlah ketat ditambah munculnya beberapa majalah baru yang terbit di kota Jogja seperti Majalah Natasha dan Handi Craft, maka akan timbul pertanyaan bagaimana pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran Majalah Kabare untuk terus meningkatkan jumlah pelanggannya. Peneliti menganggap solusi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat serta untuk dapat mempertahankan dan terus meningkatkan jumlah pembacanya yaitu dengan melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini menggunakan definisi komunikasi pemasaran seperti yang dinyatakan Sutisna, kemudian Philip Kotler tentang pemasaran, elemen utama bauran promosi, segmentasi, siklus hidup produk, teori Stanton mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penggambaran yang berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari setiap perilaku orang-orang yang diamati. Penelitian ini mencoba untuk memberikan gambaran secara menyeluruh dari permasalahan yang diteliti. Menggunakan teknik pengumpulan data berupa teknik observasi, wawancara, penelitian kepustakaan, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis dengan analisa data kualitatif.

Pada Majalah Kabare selain menggunakan bauran pemasaran yang mengkombinasikan 4P yaitu product, price, place, dan promotion, juga menggunakan bauran promosi seperti periklanan, *sales promotion*, *personal selling*, dan *public relation*. Komunikasi pemasaran di Majalah Kabare dijalankan oleh marketing yang dibantu oleh promosi, iklan, sirkulasi, dan Humas. Salah satu kegiatannya adalah memberikan diskon sampai 20% bagi pelanggan Majalah Kabare, membuka layanan berlangganan melalui SMS sehingga praktis dan hemat waktu. Majalah Kabare juga terus memperbaiki kualitas majalahnya misalnya dengan menambah rubrik *griya* dan *fashion*. Keuntungan dan kemudahan yang diberikan Majalah Kabare kepada pelanggannya untuk mempertahankan pelanggannya dan meningkatkan penjualannya.