

## ABSTRAKSI

Suatu media massa dalam menghadirkan produk informasinya tentu membutuhkan dana yang besar, dan peran pengiklanlah yang menjadi syarat penting agar produknya dapat berjalan sebagaimana mestinya. Ripple Magazine yang masih terus eksis sampai sekarang, mengingat banyak media-media indie serupa yang tidak bertahan lama, merupakan media indie yang banyak dikonsumsi oleh komunitas muda di Bandung dan juga kota-kota lain. Ripple Magazine telah mampu menembus pasar dengan mempunyai kemampuan dalam menghadapi persaingan dengan media-media cetak *mainstream* dari perusahaan besar. Hal tersebut karena didukung oleh banyaknya pengiklan yang masuk ke Ripple Magazine, apalagi bentuknya yang gratis. Peneliti sangat tertarik untuk meneliti bagaimana strategi komunikasi pemasaran Ripple Magazine dalam hal menarik pengiklan, karena media yang beredar secara cuma-cuma ini masih dapat bertahan bahkan, semakin banyak penggemar dan pengiklannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dekriptif kualitatif, di mana data yang diperoleh diklasifikasikan, digambarkan dengan kata-kata atau kalimat menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Selanjutnya data tersebut diperoleh dari hasil wawancara, catatan laporan, dokumen resmi, majalah dan sebagainya. Data yang diperoleh diolah dan dianalisa melalui teknik triangulasi yaitu dengan membandingkan data dengan hasil pengamatan maupun membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Ripple Magazine adalah melalui strategi *prestise* produk, strategi bentuk gratis, strategi menghadapi pengiklan dan strategi promosi. Hasil yang diperoleh melalui strategi tersebut yaitu terciptanya peningkatan iklan di mana Ripple berusaha memikat pengiklannya melalui usahanya untuk selalu berinovasi terus dalam memberikan penawaran-penawaran yang menarik. Dari keempat bauran promosi yang digunakan Ripple, humas merupakan strategi yang lebih efektif dalam menarik pengiklan daripada strategi-strategi yang lain. Jadi kesimpulan secara umumnya adalah bahwa strategi komunikasi pemasaran Ripple Magazine dalam hal meraih pengiklannya sudah cukup baik, terbukti dengan keeksistensian Ripple sebagai *free magazine* yang menjadi salah satu majalah indie yang tidak pernah surut dari pengiklan bahkan semakin bervariasi dari setiap edisi.