

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran IN TEE-SHIRT Yogyakarta dalam menghadapi persaingan dengan distro clothing lainnya di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan melihat bagaimana strategi yang digunakan IN TEE-SHIRT, media apa yang digunakan untuk menjalankan promosi, faktor pendukung dan penghambat strategi pemasaran IN TEE-SHIRT.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan menggambarkan strategi komunikasi pemasaran IN TEE-SHIRT dalam menghadapi persaingan dengan distro clothing lainnya di Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik interview (wawancara), observasi, dokumentasi, dan melalui studi pustaka. Sedangkan analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif, artinya penelitian akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran IN TEE-SHIRT bertujuan untuk meningkatkan penjualan serta menciptakan hubungan yang harmonis dengan konsumen dan mempertahankan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran IN TEE-SHIRT berjalan dengan baik. Pelaksanaan kegiatan strategi komunikasi pemasaran IN TEE-SHIRT pada dasarnya merupakan tanggung jawab pemilik (marketing). Strategi pemasaran yang digunakan oleh IN TEE-SHIRT adalah IN TEE-SHIRT *Member Call*, IN TEE-SHIRT *Member Card* dan *Sponsor* (endorse). IN TEE-SHIRT juga menggunakan *Sponsor* (endorse) sebagai strategi promosi. Dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran, IN TEE-SHIRT menggunakan bauran promosi antara lain: *advertising*, *personal selling*, *sales promotion* dan *sponsorship*. Strategi komunikasi pemasaran IN TEE-SHIRT Yogyakarta dilakukan melalui media elektronik, yaitu radio, media luar ruangan, yaitu *billboard*, *printing*, *pamflet*, *leaflet*, *neon box*. Upaya yang dilakukan untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan dalam mempertahankan konsumen, dilakukan dengan cara memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mengemukakan kritik dan saran maupun keluhan bagi perkembangan perusahaan. Dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran IN TEE-SHIRT Yogyakarta, terdapat faktor-faktor pendukung dan penghambat. Untuk meningkatkan hubungan yang harmonis dengan konsumen, maka perlu dibentuk tim kerjanya dan melibatkan semua karyawan IN TEE-SHIRT untuk