



STRATEGI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION “THE RED GINGER” GHOZALI DI DESA TAMBAK DALAM BARU

Nur Faizah

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Email: faizah@gmail.com

Article Info

Article history:

Received 14 February 2019

Accepted 16 March 2019

Published 10 April 2019

Keyword:

Home industry, integrated marketing communications, bauran pemasaran

Abstract

Artikel ini mengkaji tentang strategi Integrated Marketing Communications yang dilakukan Ustadz Ghozali dalam memasarkan produk the red ginger faktor yang menunjang penerapan Integrated Marketing Communications yang dilakukan Ustadz Ghozali dalam memasarkan produk the red ginger. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi Integrated Marketing Communications yang dicanangkan oleh Al Ghozali dalam memasarkan produk the red ginger serta mengetahui faktor yang menunjang serta menghambat Integrated Marketing Communications yang dilakukan Al Ghozali. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menguraikan secara deskriptif deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Integrated Marketing Communications yang dilakukan Al Ghozali dilakukan dalam 2 tahap yaitu perencanaan dan pelaksanaan, dalam tahap perencanaan dan pelaksanaan tersebut Al Ghozali menggunakan strategi berupa periklanan, pemasaran langsung, promosi langsung, penjualan personal serta hubungan masyarakat. Faktor yang menunjang keberhasilan Al Ghozali dalam memasarkan the red ginger yaitu dengan media sosial dan Para Reseller sebagai penunjang keberhasilan.

Copyright © 2019 Jurnal Ilmu Komunikasi. All rights reserved.

Editorial Office :

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya

Jl. Ahmad Yani 117 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia.

Email: jurnalilkom@uinsby.ac.id