

ANALISIS PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI KATALOG PADA PT JAVA CONNECTION YOGYAKARTA

Alivia Zulfa

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi pemasaran melalui katalog pada PT Java Connection. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang dianalisis merupakan data hasil observasi dan wawancara dengan beberapa pihak perusahaan yaitu Bapak Yehezkiel Supriyanto selaku direktur perusahaan, Ibu Anita Puspita Dewi selaku *staff* dari departemen administrasi dan Bapak Agung Setiawan selaku *staff* departemen desain. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa penerapan komunikasi pemasaran melalui katalog pada PT Java Connection dapat memudahkan perusahaan dalam menampilkan produk-produk yang ditawarkan dalam berbagai kategori produk. Desain dengan penataan tata letak secara sederhana untuk menonjolkan produk dan lebih mudah dipahami *buyer*. Memaksimalkan deskripsi produk yang sesuai dengan produk membuat katalog mudah diimplementasikan ke *buyer*.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Katalog, PT Java Connection*

 13/10 '23

**AN ANALYSIS OF IMPLEMENTATION OF MARKETING
COMMUNICATIONS THROUGH CATALOGS AT PT JAVA CONNECTION
YOGYAKARTA**

Alivia Zulfa

Abstract

This study aims to analyze the application of marketing communications through catalogs at PT Java Connection. The analysis used in this research is descriptive qualitative analysis. The data analyzed is data from observations and interviews with several company parties, namely Mr. Yehezkiel Supriyanto as the director of the company, Mrs. Anita Puspita Dewi as staff from the administration department and Mr. Agung Setiawan as staff in the design department. Based on the results of research conducted by the author, it can be concluded that the application of marketing communications through catalogs at PT Java Connection can facilitate companies in displaying the products offered in various product categories. Design in a simple layout arrangement to highlight the product and make it easier for buyers to understand. Maximizing product descriptions that match the product makes catalogs easy to implement for buyers.

Keywords: *Marketing Communication, Catalog, PT Java Connection*