

**STRATEGI KOMUNIKSI BISNIS ONLINE KUDO
PADA GM PRODUCTION YOGYAKARTA DIVISI KUDO**

Endah Yanwari Rizkha Safa'ah

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi kepada konsumen. Tujuan utama adalah terjadinya hubungan berkelanjutan antara konsumen dengan perusahaan dalam hal perpanjangan produk KUDO dan keterkaitan penggunaan sosial media dalam penyampaian informasi dari perusahaan baik secara verbal maupun nonverbal. Metode penelitian ini dengan wawancara kepada perusahaan. Data yang didapatkan adalah data kualitatif. Berdasarkan data yang di dapatkan yaitu terdapat komunikasi verbal maupun nonverbal yang digunakan oleh perusahaan. Dengan adanya media sosial yang digunakan oleh perusahaan terjadi perubahan pada perusahaan untuk mendapatkan konsumennya.

Hasil penelitian pada KUDO terdapat respon positif terhadap konsumen, dikarenakan adanya media sosial yang digunakan. Dampak positifnya adalah terjadinya hubungan berkelanjutan antara konsumen dengan perusahaan dalam hal perpanjangan penggunaan produk KUDO.

Kata kunci: Komuniikasi Verbal, Komunikasi Nonverbal, Sosial media.

**STRATEGI KOMUNIKSI BISNIS ONLINE KUDO
PADA GM PRODUCTION YOGYAKARTA DIVISI KUDO**

Endah Yanwari Rizkha Safa'ah

Abstract

This study aims to analyze communication strategies to consumers. The main objective is the continuous relationship between the consumer and the company in terms of extending the product of KUDO and the interrelationship of social media usage in delivering information from the company either verbally or nonverbally. This research method with interview to company. The data obtained are qualitative data. Based on the data obtained is that there are verbal and nonverbal communication used by the company. With the social media used by the company there is a change in the company to get its customers.

The results of research on KUDO there is a positive response to consumers, due to the social media used. The positive impact is the ongoing relationship between consumers and companies in terms of extending the use of KUDO products.

Keywords: Verbal Communications, Nonverbal Communication, Social media

