**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PT TUNASJAYA MEKARARMADA YOGYAKARTA**

**Fendi Prastiyo**

# Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan komunikasi pemasaran pada PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif model Miles dan Huberman sebagai alat analisis dengan empat tahapan yaitu pengumpulan data, penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulam/verifikasi. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan lima indikator strategi promosi yaitu iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan perorangan dan pemasaran langsung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kelima indikator strategi promosi tersebut diterapkan dengan baik, tetapi media elektronik televisi dan radio pada indikator iklan tidak diterapkan dan penerapan pada media sosial Instagram yang lemah. Pada strategi hubungan masyarakat diterapkan dengan sangat baik dan secara keseluruhan lebih mendominasi.

**Kata Kunci**: *Komunikasi Pemasaran*



***APPLICATION OF MARKETING COMMUNICATION AT PT TUNASJAYA MEKARARMADA YOGYAKARTA***

***Fendi Prastiyo***

# *Abstract*

*This research aims to analyze the implementation of marketing communication at PT Tunasjaya Mekararmada Yogyakarta. This study uses a qualitative research method using the Miles and Huberman model as an analytical tool with four stages, namely data collection, data presentation, data reduction, and conclusion drawing/verification. The variables in this study were measured using five strategic indicators, namely advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and direct marketing. The results of this study indicate that the five indicators of the promotion strategy are implemented well, but television and radio electronic media on advertising indicators are not implemented and the application on Instagram social media is weak. The public relations strategy is implemented very well and is more dominant overall.*

***Keywords****: Marketing Communication*