

IMPLEMENTASI BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN ROKOK ELEKTRIK UPODS

ABSTRAK

Abstract: The HPTL (Other Tobacco Processing) industry is experiencing a fairly rapid development of innovation and technology. These developments have resulted in competition between one company and another. With the development of information and communication technology, companies must be able to communicate their marketing effectively to disseminate information and attract consumers to make purchases related to the products of their company. This study uses a qualitative approach with the paradigm of postpositivism with the aim of examining a phenomenon in depth, and the method used is a case study. The results of this study indicate that UPODS implements a marketing communication mix through advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publications, direct and interactive marketing, and personal selling.

Keywords: marketing communication, marketing communication mix, e-cigarette, UPODS

Abstrak: Industri HPTL (Hasil Pengolahan Tembakau Lainnya) mengalami perkembangan inovasi dan teknologi yang cukup pesat. Perkembangan tersebut mengakibatkan persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, perusahaan harus dapat mengkomunikasikan pemasarannya dengan efektif untuk menyebarkan informasi serta menarik konsumen melakukan pembelian terkait dengan produk-produk dari perusahaan mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma postpositivisme dengan tujuan untuk meneliti suatu fenomena secara mendalam, serta metode yang digunakan adalah studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UPODS mengimplementasikan bauran komunikasi pemasaran melalui periklanan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publikasi, pemasaran langsung dan interaktif, serta penjualan personal.

Kata kunci: komunikasi pemasaran, bauran komunikasi pemasaran, rokok elektrik, UPODS