

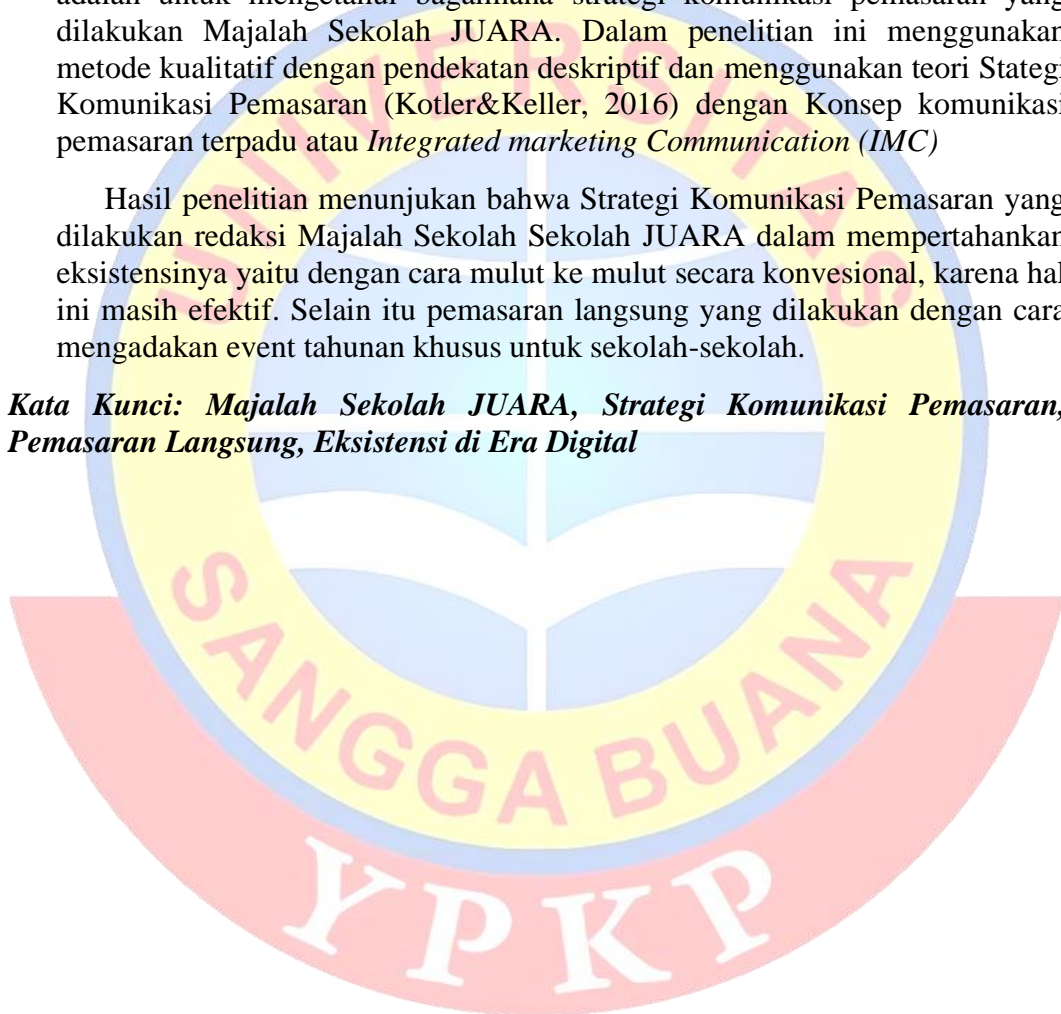
ABSTRAK

Majalah Sekolah JUARA hadir sebagai media penyeimbang dan tampil beda dibandingkan dengan media cetak lainnya, karena belum banyak majalah yang memberikan perhatian khusus kepada hal-hal yang berkaitan dengan pendidikan.

Penelitian ini membahas mengenai “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Majalah Sekolah JUARA dalam Mempertahankan Eksistensinya di Era Digital” (Studi Deskriptif mengenai Komunikasi Pemasaran Majalah Sekolah JUARA di Jl. Kebon Manggu, Kota Bandung). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Majalah Sekolah JUARA. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan menggunakan teori Strategi Komunikasi Pemasaran (Kotler&Keller, 2016) dengan Konsep komunikasi pemasaran terpadu atau *Integrated marketing Communication (IMC)*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan redaksi Majalah Sekolah Sekolah JUARA dalam mempertahankan eksistensinya yaitu dengan cara mulut ke mulut secara konvensional, karena hal ini masih efektif. Selain itu pemasaran langsung yang dilakukan dengan cara mengadakan event tahunan khusus untuk sekolah-sekolah.

Kata Kunci: Majalah Sekolah JUARA, Strategi Komunikasi Pemasaran, Pemasaran Langsung, Eksistensi di Era Digital



ABSTRACT

Magazine Sekolah JUARA is present as a balancing medium and appears different from other print media, because not many magazines have paid special attention to matters related to education.

This research discusses "Analysis of Magazine Sekolah JUARA Marketing Communication Strategy in Maintaining Its Existence in the Digital Era" (Descriptive Study on Magazine Sekolah JUARA Marketing Communication in Jl. Kebon Manggu, Bandung City). The purpose of this research is to find out how the marketing communication strategy carried out by Magazine Sekolah JUARA. In this research using a qualitative method with a descriptive approach and using the theory of Marketing Communication Strategy (Kotler&Keller, 2016) with the concept of integrated marketing communication or Integrated marketing Communication (IMC)

The results of the research show that the Marketing Communication Strategy carried out by the editor of the Magazine Sekolah JUARA in maintaining its existence is by word-of-mouth conventionally other than Magazine Sekolah JUARA, because this is still effective. In addition, direct marketing is carried out by holding special annual events for schools.

Keywords: *Magazine Sekolah JUARA, Marketing Communication Strategy, Direct Marketing, Existence in the Digital Era*

