

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

## **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PADA D?POSTURE DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI MASA PANDEMI COVID-19**

Indah Shabilla Amanda

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=76341&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Permasalahan di tengah kondisi pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia ini cukup memberikan dampak yang beragam di masyarakat. Salah satunya dampak penurunan yang dirasakan oleh D?posture ini dimana ia mengalami penurunan dari jumlah muridnya. Adanya hal itu membuat D?posture melakukan strategi komunikasi pemasaran terpadu untuk mempromosikan jasa yang mereka miliki, guna mendapatkan pelanggan dan meningkatkan kembali jumlah muridnya.

Penelitian ini didukung oleh teori informasi organisasi. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis datanya menggunakan triangulasi karena data yang didapatkan berasal dari sumber yang berbeda-beda.

Pada hasil penelitian ini D?posture menggunakan komunikasi pemasaran terpadu seperti melakukan periklanan dengan menggunakan spanduk, paid promote instagram, pada pemasaran langsung dengan menggunakan media sosial instagram, youtube, whatsapp, pada penjualan personal dengan melakukan retail selling, dalam promosi penjualan memberikan adanya potongan diskon, dan dalam hubungan masyarakat melakukan dengan menjaga serta membangun hubungan baik dengan para orang tua dan muridnya.