

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Buku Di Gramedia Lhokseumawe”. Penelitian ini berfokus pada Strategi komunikasi pemasaran *offline* yang digunakan oleh Gramedia Lhokseumawe dalam meningkatkan penjualan buku, dan mengidentifikasi hambatan yang dihadapi Gramedia Lhokseumawe dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan penjualan buku di Gramedia Lhokseumawe menggunakan teori *Integrated Marketing Communiacation* (IMC). Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Gramedia Lhokseumawe telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan lima elemen dalam teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) yaitu: *advertising* (periklanan) menggunakan periklanan secara *offline* dan online, *sales Promotion* (promosi penjualan) menghadirkan berbagai diskon, *membership* gramedia di aplikasi *myvalue*. *Public relation* (hubungan masyarakat) silaturahmi ke sekolah Sukma Bangsa Lhokseumawe mensosialisasikan program-program Gramedia kepada pihak kepada pustakawan, silaturahmi ke dinas perpustakaan kota Lhokseumawe, dan mengadakan bazar di dayah Al-muslimun. *Personal selling* (penjualan personal) memberikan target penjualan kepada karyawan dengan nominal tertentu, dan *display produk*. *Direct marketing* (pemasaran langsung) melayani pemasaran secara langsung di toko dan melalui whatsapp. Hambatan yang teridentifikasi pada Gramedia Lhokseumawe pada tiga aspek yaitu: hambatan pada sumber, bahwa Gramedia Lhokseumawe mengalami kendala dalam penyebaran informasi. pada hambatan *encoding* yaitu kurang maksimal dalam proses penyampaian pesan, selanjutnya ada hambatan pada penyampaian pesan memakai saluran yang sama dengan Gramedia Banda Aceh mengakibatkan pesan informasi kurang efektif.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Gramedia, Meningkatkan Penjualan.

ABSTRACT

This research is titled "Marketing Communication Strategy in Increasing Book Sales at Gramedia Lhokseumawe". This research focuses on the offline marketing communication strategy used by Gramedia Lhokseumawe in increasing book sales, and identifying the obstacles faced by Gramedia Lhokseumawe in implementing a marketing communication strategy. The research method used is qualitative descriptive. The purpose of this research is to analyze and describe marketing communication strategies in increasing book sales at Gramedia Lhokseumawe using the Integrated Marketing Communication (IMC) theory. The findings in this research show that Gramedia Lhokseumawe has implemented a marketing communication strategy by using five elements in the Integrated Marketing Communication (IMC) theory, namely: advertising using offline and online advertising, sales Promotion (sales promotion) presenting various discounts, gramedia membership in the myvalue application. Public relations (public relations) fellowship to Sukma Bangsa Lhokseumawe school socialized Gramedia programs to librarians, fellowshipped to the Lhokseumawe city library service, and held a bazar in Al-muslimun dayah. Personal selling (personal sales) provides sales targets to employees with certain nominals, and product displays. Direct marketing serves direct marketing in stores and through WhatsApp. Obstacles identified in Gramedia Lhokseumawe in three aspects, namely: obstacles to the source, that Gramedia Lhokseumawe experiences obstacles in the dissemination of information. in encoding obstacles that are less than optimal in the message delivery process, then there are obstacles to the delivery of messages using the same channel as Gramedia Banda Aceh causing information messages to be less effective.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Gramedia, Increasing Sales.*