

## ABSTRAK

Setiap perusahaan tentu memiliki strategi komunikasi pemasaran yang berbeda dan harus disesuaikan dengan segmentasi pasar serta target konsumen guna untuk memasarkan produk atau jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana strategi komunikasi pemasaran Naturalis Koffie yang berupa *Word of Mouth* dalam menarik pengunjung dan Hambatan apa saja yang dihadapi oleh Naturalis Koffie dalam menarik pengunjung Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik. Berdasarkan dari wawancara yang sudah dilakukan peneliti dan analisis terhadap Strategi Komunikasi Marketing Melalui *Word of Mouth* Naturalis Koffie Untuk Menarik Pengunjung, maka peneliti menyimpulkan bahwa Naturalis Koffie telah menerapkan strategi komunikasi pemasaran sesuai tahapan yakni, penelitian yang dilakukan secara interaksi dengan pengunjung untuk memanfaatkan momentum tatap muka. Perencanaan yang dilakukan juga penuh pertimbangan dengan tidak memaksakan maupun merugikan kedua belah pihak baik dari sisi Naturalis Koffie maupun mitra atau pengunjung, pelaksanaan yang dilakukan bersifat *Two Way Symmetrical Model*.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi Pemasaran, *Word of Mouth*, *Two Way Symmetrical Model*.

## **ABSTRACT**

*Each company certainly has a different marketing communication strategy and must be adjusted to market segmentation and target consumers in order to market the products or services. The purpose of this study was to find out how Naturalis Koffie's marketing communication strategy in the form of Word of Mouth in attracting visitors and what obstacles faced by Naturalist Koffie in attracting visitors. This research uses a post-positivistic paradigm, Naturalis Koffie has implemented a marketing communication strategy according to stages, namely, research conducted by interaction with visitors to take advantage of the momentum through face to face. The planning carried out is also full of consideration by not imposing or harming both parties, both from the side of Naturalist Koffie and partners or visitors, the implementation carried out is a Two Way Symmetrical Model. Keywords: marketing communication strategy, Word of Mouth, Two Way Symmetrical Model.*

**Keywords:** *Marketing Communication Strategy, Word Of Mouth, Two Way Symmetrical Model*