

# STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN LAYANAN JASA SEWA PERALATAN PESTA PT CLASSY TENT

Anggoro Aryo Putro<sup>1</sup>, Ikbal Rachmat<sup>1</sup>  
Universitas Esa Unggul<sup>2</sup>

Jalan Terusan Arjuna Tol Tomang Kebon Jeruk Jakarta Barat<sup>3</sup>  
anggoroaryo8@gmail.com

## ABSTRAK

Aktifitas komunikasi yang dilakukan pada setiap orang, memerlukan proses penyampaian pesan yang baik agar terciptanya kesepahaman pesan yang disampaikan. Komunikasi Pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak yang terlibat dalam pemasaran. Dalam dunia bisnis, terutama pada bisnis yang bergerak di bidang jasa, komunikasi pemasaran memegang peranan penting dalam perkembangan perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada PT Classy Tent, sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa sewa peralatan pesta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran layanan jasa peralatan pesta pada PT Classy Tent. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini yakni pendekatan kualitatif dengan tujuan deskriptif melalui teknik pengambilan data berupa wawancara mendalam (*in-depth interview*) kepada key informan Bapak Bambang Triwoko, informan yakni Bapak Suradi dan Ibu Rana Dwi Kemalasari. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini, PT Classy Tent melaksanakan strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial dimana posisi perusahaan saat ini berada pada kuadran I, yakni sebagai situasi yang sangat menguntungkan dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*), pada *Situation* dengan memiliki kekuatan untuk dapat bertahan dalam situasi saat ini dengan kecenderungan pertumbuhan yang sangat baik secara berkesinambungan jika di lihat dari faktor internal yang di miliki.

**Kata Kunci :** Komunikasi Pemasaran, Jasa Sewa Tenda, PT. Classy Tent

## ABSTRACT

*Communication activities that are done in each person, require a good message delivery process to create the understanding of the message delivered. Marketing communication is a two-way exchange of information between the parties involved in marketing. In the business world, especially on businesses engaged in marketing communication services play an important role in the development of the company. This research was conducted in PT Classy Tent, a company engaged in the service of party equipment rental. The purpose of this research is to know the marketing communication strategy of the party equipment services at PT Classy Tent. Methodology used in this research is a qualitative approach with a descriptive purpose through data retrieval techniques in the form of in-depth interview to the key informant of Mr. Bambang Triwoko, informant namely Mr. Suradi and Ibu Rana Dwi Kemalasari. The results obtained from this research, PT Classy Tent implement marketing communication strategy through social media where the current company position is in the quadrant I, namely as a very profitable situation by supporting the aggressive growth policy (the growth oriented strategy), on Situation with the power to be able to survive in the current situation with a trend of excellent growth continuously if seen from internal factors that have*

**Key Words :** Marketing Communications, Services, PT. Classy Tent