

ABSTRAK

Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Ojek Online Sampang (O-PANG) Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana proses strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh O-PANG, jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif, subjek pada dalam penelitian ini adalah Pemilik usaha O-PANG dan Costumer O-PANG dengan instrument pada penelitian ini adalah (*Advertising, Direct Marketing, Personal Selling, Publiict Relation, Sales Promotion*).

Tekhnik dalam pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan melakukan wawancara, observasi, dokumentasi, catatan lapangan. Tekhnik analisis data yang dilalkuan yaitu Reduksi Data, Penyajian Data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi O-PANG melakukan periklanan melalui aplikasi serta menggunakan iklan berbayar, mengadakan promosi dalam bentuk potongan harga dan gratis ongkir, melakukan penjualan langsung melalui driver serta mengadakan kerja sama dengan polres Sampang untuk pembuatan dan perpanjangan SKCK.

Kata Kunci : **Komunikasi Pemasaran, Advertising, Direct Marketing, Personal Selling, Publiict Relation, Sales Promotion**

ABSTRACT

Analysis of Marketing Communication Strategies for Online Ojek Sampang (O-PANG). This study aims to explain how the marketing communication strategy process carried out by O-PANG, this type of research uses qualitative research methods with a qualitative descriptive approach, the subjects in this study are Pemilik usaha O-PANG and Pelanggan O-PANG with the instrument in this study is (*Advertising, Direct Marketing, Personal Selling, Public Relation, Sales Promotion*).

Techniques in collecting data used in this study are by conducting interviews, observations, documentation, field notes. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study indicate that the O-PANG application advertises through applications and uses paid advertising, holds promotions in the form of discounts and free shipping, makes direct sales through drivers and collaborates with the Sampang police for the manufacture and extension of the SKCK.

Keyword : Marketing Communication, Advertising, Direct Marketing, Personal Selling, Public Relation, Sales Promotion