

ABSTRAK

Munculnya berbagai macam perusahaan di Indonesia baik dari sektor industri, jasa maupun perdagangan menyebabkan peran dari komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan. Komunikasi pemasaran (*marketing communication*) digunakan dalam penelitian ini sebagai sebuah sarana untuk mengetahui usaha dari suatu perusahaan dalam upaya menginformasikan, membujuk serta mengingatkan kepada konsumen secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk atau jasa yang dipasarkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa secara mendalam kegiatan bauran komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Mangsi Grill Master dalam rangka pengembangan konsep usaha. Penelitian ini difokuskan kepada pertanyaan utama, yakni bagaimana kegiatan komunikasi pemasaran berkaitan dengan periklanan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan, hubungan masyarakat serta penjualan personal. Penelitian ini menggunakan acuan konsep bauran komunikasi pemasaran (*marketing communicatin mix*) oleh Morissan, M.A dalam buku Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretif. Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Mangsi Grill Master dengan konsep restorannya menerapkan elemen periklanan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Bauran Komunikasi Pemasaran, Konsep Usaha.