

ABSTRAK

Rangkaian visual suatu iklan pada televisi tidak akan terkomunikasikan dengan sempurna kepada audiens apabila tidak didukung dengan kualitas audio yang baik dan yang memiliki peran dalam pembuatan audio pada iklan televisi adalah perusahaan *audio-post*. Semakin banyaknya *audio-post* tentu membuat persaingan pada industri tersebut lebih terlihat jelas tetapi mereka tetap memiliki klien langganan masing-masing yang bertahan dari dulu hingga sekarang. Selain itu, hingga kini perusahaan *audio-post* untuk iklan televisi belum ada di daerah luar Jakarta. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Cut2Cut studio dalam mempertahankan loyalitas klien pada iklan televisi dan juga mengetahui mengapa perusahaan *audio-post* hanya berlokasi di daerah Jakarta. Metode yang peneliti gunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian menyebutkan bahwa Cut2Cut studio menjalankan beberapa tahapan strategi diantaranya terdapat perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Alasan perusahaan *audio-post* hanya berlokasi di Jakarta adalah karena lokasi dan relasi *voice over talent*.

Kata Kunci : strategi komunikasi, *audio-post*, loyalitas klien, cut2cutstudio, studi kasus