

## ABSTRAK

### **Perencanaan Komunikasi Pemasaran Dalam Memasarkan produk *Homeworkout* Perempuan (Studi Deskriptif Kualitatif Pada HappyFit Indonesia)**

Shaquilla Arnawarenggana <sup>1)</sup>, Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom.<sup>2)</sup>, Slamet Budiharjo, S.I.Kom., M.A.<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

HappyFit Indonesia merupakan salah satu merek lokal yang bergerak di bidang olahraga, menjual aksesoris dan pakaian untuk Fitness, Yoga, Pilates dan aktivitas olahraga lainnya yang bermain di pasar *online*. HappyFit Indonesia hanya berfokus memproduksi pakaian serta alat olahraga bagi perempuan yang bertujuan agar dapat menyediakan berbagai kebutuhan olahraga khususnya bagi para Perempuan sehingga dapat dengan mudah menemukan pakaian yang nyaman, variatif dan dengan harga yang dapat bersaing di pasar. Dalam hal ini, Melihat fenomena daya saing di industri kebugaran semakin kompetitif. Banyak perusahaan serupa yang menjual pakaian serta perlengkapan olahraga dengan model variatif dan dengan harga yang dapat bersaing di pasar sehingga perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif guna dapat bersaing di pasar global sehingga penting bagi HappyFit Indonesia dalam melakukan perencanaan komunikasi pemasaran seperti mengidentifikasi khalayak sasaran, melakukan strategi dan taktik, Analisis SWOT, dan melakukan anggaran. Penelitian ini menggunakan teori utamanya, yaitu perencanaan *Integrated Marketing Communications* didukung oleh *IMC tools*, Komunikasi pemasaran, dan penjualan sebagai konsep pendukung. Dengan metode deskriptif kualitatif dilakukan dengan metode wawancara mendalam yang digunakan sebagai data utama pada penelitian ini dengan informan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yang dijalankan HappyFit Indonesia sudah sesuai dengan tujuannya yaitu untuk meningkatkan penjualan di mana HappyFit juga mengimplementasikan *IMC tools* seperti: *pengiklanan, sales promotion, direct marketing, public relations, personal selling, social media marketing, dan word of mouth*.

**Kata kunci:** *Integrated Marketing Communication Plan, IMC tools, Produk Homeworkout Perempuan*

Pustaka : 59

Tahun Publikasi : 2014-2024