

ABSTRAK

Seiring dengan semakin terfragmentasinya media komunikasi pemasaran, membuat konsumen saat ini menerima beban informasi yang begitu besar, bahkan sering kali melebihi kemampuan ingatannya. Akibatnya banyak informasi yang terbuang secara sia-sia. Hal tersebut membuat komunikasi pemasaran perusahaan menjadi tidak efektif dan efisien. Selain itu, preferensi konsumen pun mengalami perubahan dari yang sebelumnya cukup hanya dilayani dengan komunikasi satu arah melalui media seperti periklanan, saat ini meningkat kecenderungannya untuk di layani dengan komunikasi dua arah dengan menerapkan konsep *Integrated Marketing Communicatin (IMC)* atau komunikasi pemasaran terpadu. Hal ini di buktikan dengan adanya kegiatan *rebornnya* nasi goreng jancuk di Primebiz Hotel pada 14 februari 2020. Fenomena ini menarik peneliti untuk merumuskan sebagai masalah penelitian yaitu Strategi Penerapan *Intregated Marketing Communication* pada Kuliner Nasi Goreng Jancuk di Primebiz Hotel.

Sebagai bahan interpretasi peneliti menggunakan beberapa tinjauan pustaka meliputi : *definisi dan konsep pemasaran, serta strategi komunikasi pemasaran terpadu (integrated marketing communication)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam memperoleh data peneliti melakukan observasi partisipatif, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Analisis di lakukan terhadap narasi kualitatif dalam bentuk transkrip hasil wawancara terhadap narasumber. Kemudian dianalisis untuk mengamati penerapan Strategi *integrated marketing communication* pada Kuliner Nasi Goreng Jancuk di Primebiz Hotel dengan mengacu kepada teori pada tinjauan pustaka.

Dari proses penelitian yang di lakukan, diketahui bahwa *REBORN* Nasi Goreng Jancuk di Primbebiz Hotel di dasari adanya penerapan kegiatan komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*) serta penerapan alat-alat komunikasi utama dari *promotion mix* yaitu *advertising, sales promotion, public relation, personal selling, dan direct marketing* sebagai bentuk pengintegrasian fungsi-fungsi *IMC* dalam kegiatan pemasaran Nasi Goreng Jancuk di Primebiz Hotel.

Kata Kunci: *IMC, Komunikasi pemasaran*