

ABSTRAK

Produk Dian Pelangi memiliki banyak sekali cara yang ditempuh untuk memasarkan produk itu sendiri, dari mulai menggunakan media sosial seperti Instagram, kemudian melalui website, mengikuti bazaar-bazaar di acara Festival, dan yang paling ditunggu-tunggu adalah dengan mengikuti acara pekan mode terbesar di Asia Tenggara, yaitu Jakarta Fashion Week. Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki judul “Komunikasi Pemasaran Produk Dian Pelangi”.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui berbagai macam bentuk promosi yang digunakan oleh produk Dian Pelangi guna membangun *networking* dengan pelanggan dan calon pembeli melalui acara Jakarta Fashion Week 2015. (2) untuk mengetahui persaingan yang dihadapi produk Dian Pelangi selama mengikuti acara Jakarta Fashion Week 2015, dan (3) untuk mengetahui peranan Jakarta Fashion Week karena telah dipilih sebagai sarana komunikasi produk Dian Pelangi.

Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam metode penelitian kualitatif ini adalah studi kasus.

Hasil dari penelitian ini yang pertama adalah terdapat cara unik yang dilakukan pihak Dian Pelangi untuk membangun relasi atau *networking* dengan pelanggan melalui acara Jakarta Fashion Week 2015. Hasil penelitian yang kedua adalah persaingan yang dihadapi oleh Dian Pelangi ketika mengikuti acara Jakarta Fashion Week 2015 sangat lah ketat. Hasil penelitian yang ketiga adalah pemilihan Jakarta Fashion Week sebagai sarana komunikasi produk Dian Pelangi merupakan keputusan yang tepat. Karena Jakarta Fashion Week memiliki peran yang sangat penting bagi karir produk Dian Pelangi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) promosi yang dilakukan oleh Dian Pelangi baik dalam membangun relasi dengan pelanggan yang baru maupun dengan pelanggan yang sudah loyal sudah sangat baik. Salah satunya adalah dengan memberikan undangan VIP Jakarta Fashion Week 2015. (2) persaingan yang dihadapi Dian Pelangi di acara Jakarta Fashion Week 2015 sangat ketat, namun Dian Pelangi tetap dapat bersaing karena produknya yang *hand made*. (3) Pemilihan Jakarta Fashion Week sebagai sarana komunikasi produk merupakan pilihan yang tepat, karena Jakarta Fashion Week telah menjadi acara yang menentukan karir produk Dian Pelangi.

Kata Kunci : Pemasaran – Dian Pelangi – Jakarta Fashion Week