

## ABSTRAK

Suara Jogja merupakan salah satu media di bawah naungan media online nasional Suara.com yang resmi diluncurkan pada bulan Januari 2022 di bawah naungan PT Arkadia Digital Media, dengan tujuan menghadirkan informasi dan edukasi bagi para masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah daerah setempat. Penerapan strategi komunikasi pemasaran merupakan salah satu aspek yang penting untuk perusahaan sebagai sarana meningkatkan *value* dari perusahaan tersebut. Penelitian ini berusaha untuk mencari tahu tentang strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Suara Jogja dalam meningkatkan iklan media online. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan yaitu menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan observasi, wawancara, serta dokumentasi. Objek dari penelitian ini yaitu strategi komunikasi, iklan media online, dan Suara Jogja. Jenis data dari penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder, dengan metode pengumpulan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan penelitian ini adalah dengan reduksi data, penyajian data kemudian dilanjutkan dengan kesimpulan. Hasil yang diperoleh dari penelitian yang sudah dilakukan yaitu adanya pendekatan inklusifitas, penerapan *rate card* regional, melakukan pemasaran langsung dan pemasaran digital (*website, facebook, Instagram, tiktok*), serta bekerja sama dengan komunitas dan *content creator* dalam meningkatkan iklan media *online*. Penyampaian pesan Suara Jogja dirasa sudah cukup tersampaikan dengan baik dari Suara Jogja kepada klien-kliennya. Melalui strategi komunikasi pemasaran yang terpadu dan pesan yang kuat, Suara Jogja berhasil meningkatkan iklan dan mencapai tujuan pemasaran mereka dengan mengoptimalkan berbagai saluran komunikasi, membangun relasi yang baik dengan klien, serta memberikan konten yang berkualitas dan berbeda.

*Kata kunci : Strategi Komunikasi, Iklan, Media Online*

## SUMMARY

Suara Jogja is one of the media under the national online media Suara.com, officially launched in January 2022 under PT Arkadia Digital Media, with the aim of presenting information and education for the community, business people and local government. The implementation of marketing communication strategy is one of the important aspects for the company as a suggestion to increase the value of the company. This research seeks to find out about the marketing communication strategies used by Suara Jogja in increasing online media advertising. The method used in this research is descriptive qualitative method. The data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. The objects of this research are communication strategies, online media advertising, and Suara Jogja. The type of data from this research is using primary data and secondary data, with the method of collecting informants using purposive sampling technique. The data analysis method used in this research is data reduction, data presentation, followed by conclusion. The results obtained from the research that has been carried out are the existence of an inclusive approach, the application of regional rate cards, direct marketing and digital marketing (website, Facebook, Instagram, TikTok), and working with communities and content creators in increasing online media advertising. The delivery of Suara Jogja's message is felt to have been conveyed well enough from Suara Jogja to its clients. Through an integrated marketing communication strategy and a strong message, Suara Jogja managed to increase advertising and achieve their marketing goals by optimizing various communication channels, building good relationships with clients, and providing quality and differentiated content.

*Keywords : Communication Strategy, Advertising, Online Media*