

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model komunikasi pemasaran di media sosial yang berhasil dalam mempromosikan produk *streaming* Ad-Center dengan mengacu pada delapan langkah membangun komunikasi efektif dari Kotler dan Keller (2016) dan memberikan rekomendasi yang bermanfaat dan aplikatif bagi pelaksana pemasaran. Analisis model komunikasi pemasaran yang berhasil ini dilakukan melalui penelitian deskriptif kualitatif untuk menggali informasi dan mengumpulkan data secara lebih rinci dari informan internal perusahaan. Informan merupakan *publisher*, *marketing manager*, dan *AM Team Lead*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa enam *publisher* yang diteliti dari 100 *publisher* yang peneliti kelola, melakukan tahapan dan strategi komunikasi pemasaran dengan baik sehingga mereka menghasilkan setidaknya \$7000 dalam satu tahun. Ad-Center melakukan tujuh tahapan dalam membangun komunikasi yang efektif. Namun pengukuran kepuasan pelanggan atas pemasaran dan produk yang dijual perlu juga untuk dilakukan.

**Kata kunci:** model komunikasi pemasaran yang berhasil, tahapan komunikasi pemasaran, produk *streaming*, Ad-Center

## ABSTRACT

*This study aims to analyze marketing communication models on social media that are successful in promoting Ad-Center streaming products by referring to the eight steps to building effective communication from Kotler and Keller (2016) and providing useful and applicable recommendations for marketing implementers. Analysis of this successful marketing communication model is done through qualitative descriptive research to dig up information and gather data in more detail from internal company informants. The informants are publishers, marketing manager, and AM Team Lead. The results showed that the six publishers surveyed from 100 publishers that the researchers managed, carried out the stages and marketing communication strategies so well that they generated at least \$ 7,000 in one year. The Ad-Center carries out seven stages in establishing effective communication. But measuring customer satisfaction with marketing and products sold also needs to be done.*

**Keywords:** *successful model of marketing communication, marketing communication stages, streaming product, Ad-Center*