

ABSTRAK

Berbagai perubahan yang terjadi di era *new wave marketing* (pemasaran di era baru) bermuara pada lahirnya pendekatan komunikasi pemasaran yang baru. Salah satunya adalah melalui pendekatan edukasi. Pendekatan tersebut diharapkan dapat mengatasi masifnya terpaan iklan pada konsumen. Komunikasi pemasaran berbasis edukasi tidak hanya mengedepankan tujuan penjualan dan pemasaran, melainkan juga didasari oleh nilai-nilai perusahaan. Pesan-pesan yang terkandung dalam pemasaran berbasis edukasi informatif dan bersifat membantu, sehingga dapat menciptakan kepercayaan konsumen dan membangun hubungan jangka panjang yang baik.

Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut diperlukan sebuah instrumen agar perusahaan dengan konsumen terhubung secara holistik, yaitu melalui komunikasi pemasaran yang bersifat horizontal. Melalui komunikasi pemasaran horizontal, perusahaan dengan konsumen terhubung secara holistik, baik secara *online* maupun *offline*. Terdapat tiga tahapan dalam komunikasi pemasaran horizontal, yaitu *mobile connect*, *experiential connect*, dan *social connect*.

Pada akhirnya, komunikasi pemasaran berbasis edukasi merupakan dekonstruksi terhadap komunikasi pemasaran tradisional (*legacy marketing*). Terdapat berbagai perubahan cara yang ditempuh dalam pendekatan edukasi, khususnya perubahan yang mengarah pada horizontalisasi, inklusivitas, dan dijiwai semangat sosial. Cara-cara tersebut yang diharapkan dapat dijembatani melalui penelitian ini.

Kata kunci: *new wave marketing*, *legacy marketing*, pemasaran berbasis edukasi, komunikasi pemasaran horizontal, *mobile connect*, *experiential connect*, *social connect*

ABSTRACT

The rapid changes on the new wave marketing led to the birth of a new marketing communication approach. One of the approaches is education based approach. This approach aims to reduce the massiveness of advertisements to the consumers. Education based marketing communication not only focuses on the purposes of the sale and the marketing, but also has the values of the company as the basis. The messages carried in the education based marketing communication are informative and supportive, so it can increase consumers' trust and build up a fine and long lasting relationship.

Therefore, an instrument is badly needed to accomplish all the purposes above, also to make the company and the consumers holistically related. The instrument is a horizontal marketing communication. Horizontal marketing communication drives the company and the consumers to holistically related, whether it is online or offline. There are three steps in a horizontal marketing communication, they are mobile connect, experiential connect, and social connect.

Finally, education based marketing communication is a deconstruction of a traditional marketing communication (legacy communication). There are several steps which are changed in the education based approach, especially the changes which aim to a horizontal relation, an inclusive relation, and social principal basis. This research is expected to be an agent of the principals above.

Key words: new wave marketing, legacy marketing, education based marketing, horizontal marketing communication, mobile connect, experiential connect, social connect.