

**STRATEGI *MARKETING COMMUNICATION* PROGRAM
IELTS PREPARATION COURSE DI IALF (*INDONESIA
AUSTRALIA LANGUAGE FONDATION*)JAKARTA DALAM
MEMPERTAHANKAN REPUTASIPERUSAHAAN
(Studi pada *Marketing Communication* IALF Jakarta)**

Nurani

ABSTRAK

Latar Belakang dalam skripsi ini adalah strategi *marketing communication* pada program *IELTS preparation course* di IALF (*Indonesia Australia Language Fondation*) Jakarta dalam mempertahankan reputasi perusahaan. Di dalam strategi *marketing communication* yang diterapkan, ada sebuah tahapan proses dalam persiapan dan pengaplikasian strategi *marketing communication* tersebut. Strategi *marketing communication* di IALF sangatlah penting karena IALF ini telah memiliki reputasi yang baik, sebagai lembaga bahasa asing yang berbeda dari lembaga bahasa lain yang ada di Indonesia, strategi ini dilakukan agar dapat mempertahankan reputasinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *marketing communication* dari program *IELTS preparation Course* sebagai program keunggulan dari IALF Jakarta dan dalam mempertahankan reputasi perusahaan. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi organisasi dan Strategi *Marketing communication*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi *marketing communication* sangatlah penting dalam mempertahankan reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Strategi *Marketing Communication*, Reputasi

**STRATEGY OF MARKETING COMMUNICATION IELTS
PREPARATION COURSE PROGRAM IN IALF (INDONESIA
AUSTRALIA LANGUAGE FONDATION) JAKARTA IN
MAINTAINING THE COMPANY’S REPUTATION
(A Study of the Marketing Communication IALF Jakarta)**

Nurani

ABSTRACT

A background in thesis this is a marketing communication strategy in the IELTS preparation course program in IALF (Indonesia Australia Language Fondation) Jakarta in maintaining the company’s reputation. In the marketing communication strategy is applied at a stage in the preparation process and application of the strategy of marketing communications. Strategy of marketing communication in IALF has a good reputation as a foreign language institute that is different from others language institutions in Indonesia, the strategy was done in order to maintain it’s reputation. The purpose f this study was to determine the marketing communication strategy of IELTS preparation corse program as a excellence program of IALF Jakarta and maintaining the company’s reputation. The theory used is communication theory organization and theory of socialization. Methods used in this study was a qualitative methodology deskriptif. A method of the data used in this research was interview and observation. The result of this research also shows that the marketing communication strategy is very important in maintaining the company’s reputation.

Keywords: Marketing Communication strategy, Reputation.