

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Humas Di Kawasan Sentra Tekstil Cigondewah Dalam Melakukan Promosi” pada dasarnya setiap penjualan yang dilakukan perusahaan selalu menggunakan promosi sebagai cara agar produknya dapat dilihat dan di beli oleh setiap konsumen yang datang untuk membeli.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana para pengusaha dan pedagang di kawasan Cigondewah dalam melakukan periklanan, promosi, dan menjalin hubungan baik dengan para pembeli. Selain itu penelitian ini juga ditujukan untuk memberikan kontribusi dalam perkembangan kajian pada bidang ilmu komunikasi khususnya konsentrasi hubungan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan ialah metode analisis teks (kualitatif), dengan menggunakan teori Philip Kotler dan Gery Amstrong mengenai *Mix Theori*.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka diperoleh hasil bahwa kawasan tekstil cigondewah dalam melakukan pemasarannya lebih banyak melakukan secara ‘*face to face*’ dan mempromosikannya secara langsung ketika pelanggan secara langsung datang untuk membeli produk yang ditawarkan dengan jumlah yang banyak. Hubungan yang dijalinpun secara langsung saat berada di tempat transaksi jual beli. Strategi ini terbukti bahwa masih banyak pengusaha ataupun pedagang yang menawarkan usahanya secara langsung tanpa melalui media apapun seperti misalnya media sosial Instagram.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *face to face*, Konsumen