

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PATTRUN INDUSTRIES DI MASA PANDEMI COVID -19. Tujuan penelitian ini untuk menyampaikan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pattrun Industries. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif dan untuk teori peneliti menggunakan teori IMC (Integrated Marketing Communication) yaitu, Advertising, Personal selling, dan Sales Promotion. Teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, wawancara mendalam dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah empat informan utama dan satu informan akademisi. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Pattrun Industries melakukan pengiklanan melalui media sosial Instagram karena lebih efektif dan mudah di jangkau oleh kalangan masyarakat, terdapat tiga dimensi pada IMC yaitu Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising ialah media promosi yang dilakukan oleh Pattrun Industries, Sales promotion adalah bentuk promosi yang dilakukan oleh Pattrun Industries dengan memberikan kupon, Personal Selling merupakan kontak langsung antar penjual dan pembeli dengan cara ini Pattrun dapat membujuk calon pembelinya.

***Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Integrated Marketing Communication, Pattrun Industries***

## ***ABSTRACT***

*This research is entitled PATTRUN INDUSTRIES MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN THE COVID-19 PANDEMIC. The purpose of this research is to convey the marketing communications conducted by Pattrun Industries. This study uses a qualitative approach with qualitative descriptive methods and for theory researchers use the theory of IMC (Integrated Marketing Communication), namely, Advertising, Personal selling, and Sales Promotion. Data collection techniques using literature study, in-depth interviews and documentation. The informants in this study were four main informants and one academic informant. The results of this study explain that Pattrun Industries advertises through Instagram social media because it is more effective and easy to reach by the public, there are three dimensions to IMC, namely Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising is a promotional media carried out by Pattrun Industries, Sales promotion is a form of promotion carried out by Pattrun Industries by providing coupons, Personal Selling is direct contact between sellers and buyers in this way Pattrun can persuade potential buyers.*

***Keywords: Marketing Communication, Integrated Marketing Communication, Pattrun Industries***

## **RINGKESAN**

*Panalitian ieu anu dijudulan STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN INDUSTRI PATTRUN DINA PANDEMIK COVID-19. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun nepikeun komunikasi pamasaran anu dilakukeun ku Patrun Industries. Ieu panalungtikan ngagunakeun pamarekan kualitatif kalawan métode déskriptif kualitatif sarta pikeun panalungtik tiori ngagunakeun tiori IMC (Integrated Marketing Communication), nya éta Advertising, Personal selling, jeung Sales Promotion. Téhnik ngumpulkeun data ngagunakeun studi pustaka, wawancara jero jeung dokuméntasi. Informan dina ieu panalungtikan nya éta opat informan utama jeung hiji informan akademik. Hasil tina ieu panalungtikan nétélakeun yén Patrun Industries ngébréhkeun iklan ngaliwatan média sosial Instagram lantaran leuwih éféktif jeung gampang dihontal ku masarakat, aya tilu diménsi IMC, nyaéta Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, Advertising mangrupa média promosi anu dilaksanakeun ku Patrun Industries, Promosi Penjualan mangrupikeun bentuk promosi anu dilaksanakeun ku Patrun Industries ku cara nyayogikeun kupon, Penjualan Pribadi nyaéta kontak langsung antara penjual sareng pembeli ku cara ieu Patrun tiasa ngabujuk calon pembeli.*

***Kata Konci: Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Marketing Terpadu , Industri Patrun***