# *ABSTRACT*

 *The title of this research is “SAUNG ANGKLUNG UDJO’S MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES IN ATTRACTING VISITORS IN POST PANDEMIC TIMES ”.*

 *This study uses Marketing Mix in Integrated Marketing Communication Theory which is the theory of Kotler. Methodology used in this research is Descriptive Qualitative with observation, interviews, and documentation as data collecting techniques.*

 *The result of this study indicate the marketing communication strategy’s at Saung Angklung Udjo by using Marketing Mix Theory by applying it through banner, social media, print media, and direct marketing, and the supporting factors in marketing communication strategies are element of communication, implementation and effectiveness of communication process.*

*Keywords : Marketing Communication Strategies, Marketing Mix.*

# ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAUNG ANGKLUNG UDJO DALAM MENARIK MINAT PENGUNJUNG DI MASA PASKA PANDEMI”.

Penelitian ini menggunakan Teori Bauran Pemasaran atau Marketing Mix yang ada didalam Komunikasi Pemasaran Terpadu yang dipopulerkan oleh Kotler. Serta metodologi penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Saung Angklung Udjo dengan menggunakan teori Bauran Pemasaran atau Marketing Mix dengan mengaplikasikan kedalam media banner, sosial media, media cetak, serta pemasaran langsung, yang menjadi faktor penunjang dalam strategi komunikasi pemasaran adalah elemen elemen komunikasi, penerapan serta efektifitas komunikasi yang berlangsung.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing Mix, Bauran Pemasaran.

# *RINGKESAN*

 *Panalungtikann, nu judulna* “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAUNG ANGKLUNG UDJO DINA NARIK MINAT SEMAH DI MANGSA PASCA PANDEMI ”.

Panalungkitkan ieu nganggo Teori Bauran Pemasaran atanapi Marketing Mix nu aya dina Komunikasi Pamasaran Terpadu anu dipopulerkeun ku Kotler. Sarta metodologi panalungtikan nu dianggo yaktos panalungtikan kualitatif deskriptif nu nganggo observasi,wawancara, sareng dokumentasi dina metode pangumpulan data na.

 Panalungkitkan keu nunjunkeun yen strategi komunikasi pamasaran anu diterapkeun Saung Angklung Udjo nu ngagunakeun Teori Bauran Pamasaran atanapi Marketing Mix nu diaplikasikeun kana media banner, sosial media, media cetak, sareng pemasaran langsung, anu jadi faktor penunjang dina strategi komunikasi pemasaran nyaeta elemen elemen komunikasi, penerapan sarta efektifitas komunikasi anu berlangsung.

Kata Konci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Marketing Mix, Bauran Pemasaran.