

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BROWNIES AMANDA DI MASA PANDEMI COVID 19 yang membahas mengenai Studi Penelitian kualitatif Strategi Komunikasi Pemasaran Brownies Amanda Outlet Rancabolang Bandung Di Masa Pandemi Covid 19.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah strategi komunikasi yang di lakukan Amanda Brownies pada masa *pandemic covid 19* untuk meningkatkan penjualan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif yang berfokus pada deskriptif kualitatif. Pada penelitian ini peneliti mengambil 8 informan yang terdiri dari informan Ahli, Akademis dan pendukung. Teori yang digunakan adalah Teori *Integrated Marketing Communication (IMC)* (Larry Percy).

Pengumpulan data dari metode yang digunakan tersebut terdiri dari observasi, studi pustaka dan wawancara mendalam. Teknik pengumpulan data studi pustaka dan studi lapangan (observasi, dan wawancara mendalam).

Hasil Penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan dan untuk tetap mendapat loyalitas konsumen terhadap brand tersebut.

Strategi yang dilakukan yaitu memanfaatkan media sosial untuk tetap dapat berkomunikasi dengan konsumen dengan mengadakan beberapa *event* dan promosi produk, edukasi terkait dengan prokes juga di lakukan untuk memberikan rasa aman pada konsumen untuk tetap berbelanja di Amanda Brownies di masa *pandemic* ini.

Kata Kunci : strategi, Komunikasi, Pemasaran.

## **ABSTRACT**

*This research is entitled AMANDA BROWNIES MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN THE COVID-19 PANDEMIC which discusses qualitative research studies on Amanda Brownies Marketing Communication Strategy Outlet Rancabolang Bandung During the Covid 19 Pandemic.*

*This study aims to find out how the communication strategy that Amanda Brownies did during the covid 19 pandemic to increase sales.*

*The method used in this research is qualitative which focuses on qualitative descriptive. In this study, researchers took 8 informants consisting of expert, academic and support informants. The theory used is the theory of Integrated Marketing Communication (IMC) (Larry Percy).*

*Data collection from the method used consisted of observation, literature study and in-depth interviews. The technique of collecting data is literature study and field study (observation, and in-depth interviews).*

*The results of this study are to determine the communication strategies carried out to increase sales and to maintain consumer loyalty to the brand.*

*The strategy taken is to use social media to stay in touch with consumers by holding several events and product promotions, education related to the process is also carried out to give consumers a sense of security to keep shopping at Amanda Brownies during this pandemic.*

*Keywords: strategy, communication, marketing.*

## **RINGKESAN**

Panilitian ieu dijudulan STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AMANDA BROWNIES DINA COVID-19 PANDEMIC anu ngabahas studi panilitian kualitatif ngeunaan Outlet Strategi Komunikasi Pemasaran Amanda Brownies Rancabolang Bandung Nalika Cemid 19 Pandemik.

Ulikan ieu dimaksudkeun pikeun milarian terang kumaha strategi komunikasi anu dilakukeun ku Amanda Brownies nalika pandemi kovid 19 pikeun ningkatkeun penjualan.

Métode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta kualitatif anu museur kana deskriptif kualitatif. Dina panilitian ieu, panaliti nyandak 8 informan anu diwangun ku inpormasi ahli, akademik sareng dukungan. Téori anu digunakeun nyaéta téori Integrated Marketing Communication (IMC) (Larry Percy).

Ngumpulkeun data tina metode anu digunakeun diwangun ku obsérvasi, studi pustaka sareng wawancara anu jero. Téhnik ngumpulkeun data nyaéta studi pustaka sareng studi lapangan (obsérvasi, sareng wawancara mendalam).

Hasil tina panilitian ieu pikeun nangtoskeun stratégi komunikasi anu dilakukeun pikeun ningkatkeun penjualan sareng ngajaga kasatiaan konsumen kana mérek. Strategi anu dicandak nyaéta ngagunakeun média sosial pikeun tetep hubungan sareng konsumén ku ngayakeun sababaraha acara sareng promosi produk, pendidikan anu aya hubunganana sareng prosés ogé dilaksanakeun pikeun masihan konsumen rasa aman pikeun tetep balanja di Amanda Brownies salami pandemi ieu.

Kata kunci: strategi, komunikasi, pamasaran.