

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Kerajinan Hala Goods. Penelitian tersebut menggunakan teori *Integrated Marketing Communication* dari Terence A. Shimp, yang terdiri dari *Sales Promotion*, *Advertising*, *Public Relation*, *Event Sponsorship*, dan *Personal Selling*.

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hala Goods sebagai bisnis kecil yang berjalan dibidang kerajinan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh melalui wawancara langsung dan observasi lapangan untuk mencari fakta dan melalui studi pustaka. Unit sampelnya yaitu 3 informan pendukung, 1 informan kunci, dan 1 informan ahli.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hala Goods adalah dengan menerapkan *Sales Promotion*, *Advertising*, *Public Relation*, *Event Sponsorship*, dan *Personal Selling*.

Maka dari itu peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hala Goods tersebut cukup berhasil. Dikarenakan dari strategi komunikasi pemasaran yang sudah dilakukan tersebut, meskipun penjualan tidak meningkat terlalu tinggi, Hala Goods masih mendapatkan *awareness*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Kerajinan, Hala Goods.

ABSTRACT

This research is entitled Hala Goods Craft Marketing Communication Strategy. The research uses Integrated Marketing Communication theory from Terence A. Shimp, which consists of Sales Promotion, Advertising, Public Relations, Event Sponsorship, and Personal Selling.

The purpose of this research is to find out how the marketing communication strategy is carried out by Hala Goods as a small business that runs in the craft sector.

This study uses qualitative methods and a descriptive approach. Data obtained through direct interviews and field observations to find facts and through literature study. The sample units are 3 supporting informants, 1 key informant, and 1 expert informant.

Based on the results of the research, it shows that the marketing communication strategy carried out by Hala Goods is by implementing Sales Promotion, Advertising, Public Relations, Event Sponsorship, and Personal Selling.

Therefore, the researcher concluded that the marketing communication strategy carried out by Hala Goods was quite successful. Due to the marketing communication strategy that has been implemented, even though sales have not increased too much, Hala Goods is still gaining awareness.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Crafts, Hala Goods.

RINGKESAN

*Ieu panalungtikan dijudulan **Stratégi Komunikasi Pemasaran Karajinan Hala Goods**. Panalungtikan ieu ngagunakeun téori **Stratégi Komunikasi Pamasaran** ti **Terence A. Shimp**, anu diwangun ku **Sales Promotion, Advertising, Public Relations, Event Sponsorship, jeung Personal Selling**.*

*Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha **stratégi komunikasi pamasaran** anu dilaksanakeun ku **Hala Goods** salaku usaha leutik anu ngajalankeun di sektor karajinan.*

*Ieu panalungtikan ngagunakeun **métode kualitatif jeung métode déskriptif**. Data dimeunangkeun ngaliwatan wawancara langsung jeung observasi lapangan pikeun manggihan fakta jeung ngaliwatan studi pustaka. Unit sampelna aya 3 informan pendukung, 1 informan konci, jeung 1 informan ahli.*

*Dumasar kana hasil panalungtikan, **stratégi komunikasi pamasaran** anu dilaksanakeun ku **Hala Goods** nyaéta ku cara ngalaksanakeun **Sales Promotion, Advertising, Public Relations, Event Sponsorship, jeung Personal Selling**.*

*Ku kituna panalungtik nyindekkeun yén **stratégi komunikasi pamasaran** anu dilaksanakeun ku **Hala Goods** cukup suksés. Alatan **stratégi komunikasi pamasaran** anu geus dilaksanakeun, sanajan penjualan teu ngaronjat teuing, **Hala Goods** masih meunang kasadaran.*

*Kata Kunci: **Stratégi Komunikasi Pamasaran, Karajinan, Hala Goods**.*