

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRUNG TERRACESWEAR DALAM MENARIK KONSUMEN” Studi deskriptif kualitatif Prung Terraceswear. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *Advertising* pada Prung Terraceswear, Strategi *Public Relation* pada Prung Terraceswear, Strategi *Event and Sponsorship* pada Prung Terraceswear, Strategi *Personal Selling* pada Prung Terraceswear, Strategi *Sales promotion* di Prung Terraceswear

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif dengan teknik pengumpulan data nya menggunakan Studi pustaka, observasi dan wawancara secara mendalam menggunakan teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communication*) dari therence A.Shimp. Pemilihan informan didukung dengan proses pengamatan.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa Prung Terraceswear menggunakan lima komponen teori IMC untuk strategi pemasarannya. Prung Terraceswear menggunakan strategi *Advertising* melalui media online. Strategi *Public Relation* Prung Terraceswear menggunakan program acara dan unggahan media sosial. *Event and Sponsorship* yang dilakukan Prung Terraceswear yaitu menjadi salah satu partner tetap dengan salah satu klub lokal Kota Bandung yaitu Riverside Forest dan membuka sponsorship lainnya untuk kegiatan kegiatan musik dan kegiatan yang positif lainnya. Prung Terraceswear juga menggunakan strategi *Personal Selling* secara langsung dari Tim Prung Terraceswear kepada calon konsumen. Prung Terraceswear menggunakan strategi *Sales Promotion* dengan memberikan diskon diskon yang menarik ketika hari besar dan jika produk dari Prung Terraceswear akan segera habis.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Menarik Konsumen, Prung Terraceswear

ABSTRACT

This research is entitled "PRUNG TERRACESWEAR MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN ATTRACTING CONSUMERS" Qualitative descriptive study of Prung Terraceswear. The purpose of this research is to find out what the Advertising strategy is at Prung Terraceswear, the Public Relations Strategy at Prung Terraceswear, the Event and Sponsorship Strategy at Prung Terraceswear, the Personal Selling Strategy at Prung Terraceswear, the Sales Promotion Strategy at Prung Terraceswear

The research method used in this research is Descriptive Qualitative with data collection techniques using literature study, observation and in-depth interviews using Therence A.Shimp's Integrated Marketing Communication theory. The selection of informants was supported by the observation process.

The results of this research are that Prung Terraceswear uses five components of IMC theory for its marketing strategy. Prung Terraceswear uses an advertising strategy through online media. Prung Terraceswear's Public Relations Strategy uses event programs and social media posts. Events and Sponsorships carried out by Prung Terraceswear include becoming a permanent partner with one of the local clubs in Bandung City, namely Riverside Forest and opening other sponsorships for music activities and other positive activities. Prung Terraceswear also uses Personal Selling strategies directly from the Prung Terraceswear Team to potential consumers. Prung Terraceswear uses a Sales Promotion strategy by providing attractive discounts during big holidays and when products from Prung Terraceswear are about to run out.

Keywords: Communication Strategy, Marketing Communication, Attracting Consumers, Prung Terraceswear

RINGKESAN

Ieu panalungtikan anu dijudulan “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN Prung Teras PUNGKUNG DINA MENARIK KONSUMEN” Ulikan deskriptif kualitatif ngeunaan Prung Terraceswear. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho stratégi Iklan Prung Terraceswear, Strategi Humas Prung Terraceswear, Event jeung Sponsor Strategi Prung Terraceswear, Strategi Penjualan Pribadi Prung Terraceswear, Strategi Promosi Penjualan Prung Terraceswear.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta Déskriptif Kualitatif kalawan téhnik ngumpulkeun data ngagunakeun studi pustaka, observasi jeung wawancara mendalam ngagunakeun tiori Komunikasi Pemasaran Terpadu ti Therence A. Shimp. Pilihan informan dirojong ku prosés observasi.

Hasil tina ieu panalungtikan nya éta Prung Terraceswear ngagunakeun lima komponén tiori IMC pikeun strategi marketingna. Prung Terraceswear ngagunakeun strategi iklan ngaliwatan media online. Strategi Humas Prung Terraceswear nganggo program acara sareng tulisan média sosial. Acara sareng Sponsor anu dilaksanakeun ku Prung Terraceswear ieu janten mitra permanén sareng salah sahiji klub lokal di Kota Bandung, nyaéta Riverside Forest sareng muka sponsor sanés pikeun kagiatan musik sareng kagiatan positif sanés. Prung Terraceswear ogé ngagunakeun strategi Penjualan Pribadi langsung ti Tim Prung Terraceswear ka konsumén poténsial. Prung Terraceswear nganggo strategi Promosi Penjualan ku cara masihan diskon anu pikaresepeun salami liburan ageung sareng nalika produk tina Prung Terraceswear badé béak.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Mikat Konsumén, Prung Terraceswear