

ABSTRAK

Skripsi pada penelitian ini berjudul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Anggrek Souvenir dalam Mempromosikan Produk**”. Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Anggrek Souvenir dalam mempromosikan produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan konsep teori bauran pemasaran (*marketing mix*) dan bauran promosi (*promotion mix*). Hasil pada penelitian ini Anggrek Souvenir menerapkan konsep teori bauran pemasaran yang terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. dan konsep teori bauran promosi yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi/tatap muka (*personal selling*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*) untuk mempromosikan produknya kepada pembeli. Dari semua bauran promosi yang diterapkan oleh Anggrek Souvenir, strategi periklanan yang dilakukan dengan memposting foto produk di media sosial tidak terlalu aktif dan dimanfaatkan, walaupun pada zaman sekarang pembisnis lain memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya. Akan tetapi, promosi penjualan (*sales promotion*) merupakan strategi yang paling efektif digunakan Anggrek Souvenir dalam mempromosikan produknya.

Kata kunci: *Strategi komunikasi, Bauran pemasaran, Bauran promosi*