

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *vapestore* di Purwokerto. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi pemasaran di masa pandemi COVID-19 yang dilakukan oleh *vapestore* di Purwokerto untuk tetap bisa mempertahankan bisnisnya. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan paradigma deskriptif dan ditelaah menggunakan Teori *Integrated Marketing Communication*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi, dan observasi. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Proses pengembangan validitas data yang dilakukan menggunakan Triangulasi teknik dan sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah dianalisis dari sisi periklanan, pemasaran interaktif, promosi penjualan, dan penjualan personal, maka ditemukan beberapa fakta yakni bahwa *vapestore* di Purwokerto menggunakan banyak cara untuk tetap bisa memasarkan produk baik itu barang ataupun jasa di masa pandemi COVID-19. Beberapa cara lama masih bisa dilakukan meskipun banyaknya aturan baru dan regulasi dari pemerintah terkait kegiatan bersosial. Namun, justru dengan adanya hal-hal baru maka muncul strategi baru juga untuk bisa bertahan.

Kata Kunci : *vapestore*, pemasaran, pandemi

ABSTRACT

This study discusses the marketing communication strategy carried out by vapestores in Purwokerto. The purpose of this study is to find out and analyze marketing communication strategies during the COVID-19 pandemic carried out by vapestores in Purwokerto in order to maintain their business. The method used is descriptive qualitative method with descriptive paradigm and analyzed using Integrated Marketing Communication Theory. Data collection techniques used are interviews, documentation, and observation. The selection of informants in this study was carried out using purposive sampling technique. The process of developing data validity using triangulation techniques and sources.

The results showed that after being analyzed in terms of advertising, interactive marketing, sales promotion, and personal selling, several facts were found, namely that vapestores in Purwokerto use many ways to continue to be able to market products, both goods and services during the COVID-19 pandemic. Some of the old ways can still be done despite the many new rules and regulations from the government related to social activities. However, it is precisely with the new things that new strategies also emerge to survive.

Keywords: vapestore, marketing, pandemic