

ABSTRAK

Belum memiliki tim pemasaran yang khusus menjadi penghalang dalam melaksanakan komunikasi pemasaran, Pentingnya strategi komunikasi pemasaran untuk memasarkan produk yang dibuat oleh Sanggar Batik Banava agar Batik Banava semakin banyak diketahui oleh banyak orang dan juga bisa meningkatkan produksinya dan juga ekspor dan import dari batik banava, dalam hal ini juga memperbaiki sistem manajemen komunikasi sehingga tujuan yang telah direncanakan bisa berjalan dan berdampak positif sebagaimana yang telah direncanakan.

Tujuan yang telah direncanakan bisa berjalan dan berdampak positif sebagaimana yang telah direncanakan, maka dari itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran batik banava sebagai produk khas kabupaten donggala sulawesi tengah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan observasi. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Batik Banava 01 menggunakan 4 strategi komunikasi pemasaran yaitu iklan media sosial, promosi langsung ke pelanggan, pelatihan batik untuk masyarakat dan meningkatkan *Brand Aweerneess*

Kata Kunci :Strategi Komunikasi Pemasaran, Batik