

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AEON MALL BSD CITY  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG DI MASA  
PANDEMI COVID – 19**

Hala Amira Sadiyah

**ABSTRAK**

Pandemi COVID-19 membuat pusat perbelanjaan mengalami kerugian yang diperkirakan mencapai 6 Triliun. Salah satu pusat perbelanjaan yang mengalami kerugian adalah AEON Mall BSD City, merupakan *mall* asal Jepang yang juga mengalami penurunan *traffic* (jumlah pengunjung). Sehingga AEON Mall BSD City berusaha untuk meningkatkan *traffic* melalui strategi komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh AEON Mall BSD City dalam meningkatkan jumlah pengunjung di masa pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan metode studi kasus. Penelitian ini dianalisa dengan model analisa STOP-SIT. Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh AEON Mall BSD City untuk meningkatkan jumlah pengunjung melalui 6 *marketing communication tools* yaitu: *advertising, public relation, sales promotion, direct marketing, sponsorship, dan personal selling.*

**Kata kunci** : Strategi Komunikasi Pemasaran, Pusat Perbelanjaan, Pandemi COVID-19

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGY TO INCREASE  
NUMBER OF VISITORS DURING COVID-19 PANDEMIC IN AEON  
MALL BSD CITY**

Hala Amira Sadiah

**ABSTRACT**

The COVID-19 pandemic has caused shopping centers to suffer losses estimated at 6 trillion. One of the shopping centers that suffered losses was AEON Mall BSD City, a mall from Japan which also experienced a decrease in traffic (number of visitors). So AEON Mall BSD City is trying to increase traffic through a marketing communication strategy. This study aims to determine the marketing communication strategy carried out by AEON Mall BSD City in increasing the number of visitors during the COVID-19 pandemic. This study uses a qualitative approach with descriptive research and case study methods. This research was analyzed by using the STOP-SIT analysis model. The marketing communication strategy carried out by AEON Mall BSD City to increase the number of visitors through 6 marketing communication tools, namely: advertising, public relations, sales promotion, direct marketing, sponsorship, and personal selling

**Keywords :** Marketing Communication Strategy, Shopping Center, COVID-19 Pandemic