

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Etlinda Intan Hapsari (20110530076)**

**Strategi Promosi Rumah Makan Intan Jatibarang dalam Meningkatkan**

**Omset Penjualan di Tahun 2015**

**TahunSkripsi : 2017 + 110 Halaman**

**DaftarPustaka : 16 Buku + Referensi Online**

Rumah Makan Intan Jatibarang merupakan pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner di Jatibarang Brebes. Rumah Makan Intan adalah restoran dengan menu kuliner cita rasa khas Indonesia. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi Rumah Makan Intan Jatibarang dalam meningkatkan omset penjualan di tahun 2015. Sebagai salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner Rumah Makan Intan tentu memiliki strategi untuk meningkatkan omset penjualan, salah satunya adalah dengan merancang langkah-langkah yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Rumah Makan Intan Jatibarang dalam meningkatkan omset penjualan di tahun 2015. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif data dikumpulkan melalui wawancara mendalam didukung dengan teknik analisis yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data, menyajikan data dan menarik kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan strategi promosi Rumah Makan Intan Jatibarang dengan cara melakukan kajian strategi yang efektif dimulai dari menentukan target audiens, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan total anggaran promosi, memutuskan mengenai bauran promosi, mengukur hasil promosi. Serta bagaimana memanfaatkan media internet dan media social seperti instagram, twitter, facebook official, dan blog.

**Kata kunci :** Strategi promosi, bauran promosi

## **ABSTRACT**

***University Muhammadiyah Yogyakarta***

***Faculty of Social and Political Science***

***Departement of Communication Science***

***Advertising Study***

***EtlindaIntanHapsari (20110530076)***

***Promotion strategy of IntanJatibaring Restaurant in increasing the sales turnover year 2015***

***Year of Thesis : 2017 + 110 Pages***

***Bibliography : 16 Books + Online References***

*Intan Jatibaring Restaurant is a company engaged in the field of culinary in Jatibaring – Brebes. IntanJatibaring Restaurant is a restaurant with Indonesian and western menu, they also serve the interesting concept of interior design which is showing the view of field and marketing concept for medium sized it down. This research discuss about the promotion strategy of IntanJatibaring restaurant in increasing the sales turnover in 2015. As a company that engaged in the field of culinary, IntanJatibaring Restaurant of course has some ways to increase sales turnover, and one of those ways is formulating the strategy with effective ways.*

*The aims of this research is to describe the promotion strategy that done by IntanJatibaring Restaurant in increasing the sales turnover in 2015. This research using qualitative descriptive. The data is collected by interview method with conclusion method.*

*The result of this research is the promotion strategy of Intanjatibaring Restaurant which is using effective method, beginning with determine the target promotion, determine the purpose of communication, formulating the message, choosing the communication channel, allocate the total of budget promotions, decided the promotion mix, measuring the result of promotion, and using the internet also social media such Instagram, Twitter, Facebook Official, and Blog.*

***Keywords : Promotion Strategy, Promotion Mix***