

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Nama : Siti Norma Yanti**

**NIM : 20130530132**

**Judul Skripsi : Strategi Promosi Kafe Tom's Milk Yogyakarta (Studi Deskriptif Strategi Promosi Tom's Milk Yogyakarta melalui media sosial 'Instagram' dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung tahun 2016)**

**Tahun Skripsi : 2017 + 126 halaman + 14 lampiran + 7 tabel**

**Daftar Pustaka : 32 buku, 4 jurnal, 1 website**

Penelitian ini mendeskripsikan mengenai strategi promosi Kafe Tom's Milk Yogyakarta dalam rangka meningkatkan jumlah pengunjung tahun 2016. Yogyakarta yang terkenal dengan sebutan kota pelajar menjadi salah satu peluang bagi para pebisnis untuk mendirikan usaha, salah satunya adalah usaha di bidang kuliner. Banyaknya tempat makan, restoran, dan kafe yang kini telah menjamur di Yogyakarta. Salah satu peluang bisnis yang berkembang saat ini adalah kafe susu. Tom's Milk merupakan kafe susu yang baru berdiri 3 tahun dan cukup dikenal serta menarik perhatian karena memiliki pengikut terbanyak di antara kafe susu lainnya di Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi, sedangkan untuk teknik pengambilan informan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis kualitatif yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya untuk validitas data, penelitian ini menggunakan metode teknik triangulasi sumber data.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi promosi yang dilaksanakan oleh kafe Tom's Milk Yogyakarta dalam perencanaannya menggunakan pengembangan komunikasi efektif yang memiliki delapan program. Pelaksanaannya dilakukan dengan pemanfaatan sosial media Instagram sebagai media iklan. Selanjutnya, tahap evaluasi yang dilaksanakan dengan mengadakan rapat rutin setiap bulan.

**Kata Kunci : Strategi Promosi, Pengembangan Komunikasi Efektif, Media.**

## **ABSTRACT**

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA**  
**SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE FACULTY**  
**COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT**  
**PUBLIC RELATIONS**

**Name : Siti Norma Yanti**

**Student ID Number : 20130530132**

**Thesis Title : Promotion Strategy of Tom's Milk Café Yogyakarta (Descriptive Study of Tom's Milk Yogyakarta Promotion Strategy through social media 'Instagram' in order to increase the number of visitors in 2016)**

**Thesis Year : 2017 + 126 page + 14 attachment + 7 table**

**Daftar Pustaka : 32 books, 4 journals, 1 website**

This research describes the promotion strategy of Tom's Milk Cafe Yogyakarta in order to increase the number of visitors in 2016. Yogyakarta as student city becomes one of the opportunities for businessmen to establish especially in the field of culinary. Tom's Milk is a new well known 3-year-old dairy café which focus on milk as one of their speciality and also attracts attention because it has the most followers among other dairy cafes in Yogyakarta.

The research method used in this research is descriptive qualitative research method. This research using interview and documentation as the techniques to collecting data and using purposive sampling as the technique of taking informant. This research used qualitative analysis as data analysis which consist of data reduction, data presentation, and conclusion. Furthermore, for the validity of the data, this research used triangulation technique method of data source.

The result of this research shows that promotion strategy implemented by Tom's Milk Yogyakarta café the planning uses effective communication development which has eight programs. The implementation is done with a social media Instagram as their advertising media. And the last, the evaluation is carried out by holding regular meetings in every month.

**Keywords: Promotion Strategy, Planning effective communication, Media.**