

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Broadcasting*

Promosi Instagram Café Bong KopiTown Dalam Menarik Minat Pengunjung Tahun 2017

Tahun Skripsi 2017: 163 halaman+ 29 gambar + 4 tabel

Daftar Kepustakaan: 19 Buku + 5 Jurnal

Penelitian ini untuk melihat strategi promosi online oleh café “BongKopiTown” dalam menarik minat pengunjung di Yogyakarta tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat tanggapan pengunjung terhadap promosi café Bong KopiTown dalam menarik minat pengunjung di Yogyakarta pada tahun 2017 dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menarik minat pengunjung. Kerangka teori yang digunakan yaitu tentang strategi promosi jasa, perencanaan dan bauran promosi, implementasi dan evaluasi promosi, serta penggunaan promosi melalui media online.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ini berada di café Bong KopiTown Yogyakarta yang berlokasi JL. Sagan No.4, Terban, Gondokusuman, Yogyakarta. Sumber data penelitian ini berasal dari wawancara dan data dokumen. Analisis data menggunakan beberapa langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa target sasaran yang dipilih yaitu anak muda di kalangan pelajar dan mahasiswa, secara tidak langsung membantu mereka melakukan promosi bersifat mulut kemulut. Bong KopiTown memilih media sosial yaitu Instagram sebagai cara untuk melakukan promosi secara luas, namun dalam pengoperasi akunnya sendiri masih kurang efektif, karena ada beberapa kekurangan seperti luas tempat, kurangnya entertainment, keterbatasan fitur postingan yang limit. Tetapi, untuk hasil promosi yang telah dilakukan memunculkan efek positif yang cukup besar, dengan bertambahnya pengunjung. Selanjutnya, Evaluasi promosi Bong KopiTown dilakukan dengan cara rapat koordinasi setiap bulan sekali, ternyata masih kurang efektif dikarenakan pengevaluasian tersebut tidak terfokus pada keseluruhan program-program promosi yang telah dijalankan melainkan hanya melakukan evaluasi pada kinerja dari karyawan.

Kata Kunci: StrategiPromosi, Media Online, BongKopiTown.