

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Politics

Communication Department

Advertisement

Inggil Pangarep Yustiar

Sarang Cilok Yogyakarta promotion activities to sales during 2016-2017

Thesis year: 2018+100 pages+ 2 tables + 1 attachment

Bibliography: 12 Books+ 4 Online sources + 8 Journal

Today, there are a number of culinary business that attract peoples, Sarang Cilok is a culinary business on selling cilok as snack with all sorts of variants. In order have a lot of culinary business certain a number of competitors so, an effective marketing activity is required to swelling an effective selling activity. Further, creating an integrated communication to set up a royal customer is not a straightforward effort yet it's not an impossible duty to do for marketing subject, one of triumph factors on creating an integrated communication to utilize a valuable marketing activity in order to create an effective selling activity.

This studies adopt a descriptive qualitative methods to examining a problem, this studies has a purpose to determining Sarang Cilok promotion activities to rise selling motion during 2016-2017, this studies use interview direct to the resource person method to gather research data along with direct observation to the subjects through examining supporting data and theories.

The studies resulted that Sarang Cilok is a general Micro, Small, Medium Enterprises on Marketing activity, Sarang Cilok uses five marketing instrument, Whereas media sosial and event would be two instrument with great effect on raising Sarang Cilok promotion activity.

Keyword : Marketing Instrumen, Integrated Marketing, Media Social, and Event.

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Inggil Pangarep Yustiar

Aktivitas Promosi Sarang Cilok Yogyakarta Dalam Meningkatkan Penjualan Selama Periode 2016-2017

Tahun Skripsi: 2018 + 100 Halaman+ 2 Tabel + 1 Lampiran

Daftar Pustaka: 12 Buku + 4 Sumber Internet + 8 Jurnal

Dewasa ini banyak sekali bermunculan usaha kuliner yang mampu menarik minat masyarakat, salah satunya ialah Sarang Cilok yang merupakan usaha kuliner makanan ringan cilok dengan berbagai macam variasi yang ditawarkan, banyaknya usaha kuliner saat ini tentu saja memunculkan banyak kompetitor sehingga perlu adanya kegiatan bauran pemasaran yang baik untuk menunjang penjualan yang efektif serta mencapai target. Melihat fenomena saat ini dalam dunia pemasaran bukan lagi hanya menjadi kegiatan berjualan, namun menciptakan sebuah komunikasi terpadu agar terciptanya pelanggan yang royal, tentu saja bukan pekerjaan yang mudah namun bukan berarti tidak bisa dilakukan bagi pegiat pelaku pemasaran, salah satu faktor keberhasilannya dalam menciptakan komunikasi pemasaran yang terpadu ialah dengan memanfaatkan bauran pemasaran yang baik agar terciptanya penjualan yang efektif.

Menggunakan metode penelitian deskripsi kualitatif dalam melakukan pembedahan permasalahan disini, bertujuan untuk mengetahui kegiatan aktivitas promosi yang dilakukan oleh Sarang Cilok dalam meningkatkan penjualan periode 2016-2017, dalam penelitiannya pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam terhadap tiga narasumber kunci serta adanya observasi langsung di lapangan dengan melihat data-data teori yang mendukung.

Melalui penelitian ini dapat diketahui hasil Sarang Cilok merupakan sebuah UMKM yang masih awam terhadap dunia pemasaran, Sarang Cilok menggunakan lima alat bauran pemasaran, dimana dari kelima alat bauran pemasaran tersebut, sosial media dan *event* menjadi salah dua yang mempunyai efek besar Sarang Cilok dalam meningkatkan promosi penjualannya.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Pemasaran Terpadu, Sosial Media, Event