

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI PERIKLANAN

AHMAD AZIZ NUROSID 20130530281

STRATEGI PROMOSI TITIK FOKUS KAMERA YOGYAKARTA

DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA TAHUN 2017

Tahun Skripsi : 2018 + 97 Halaman

Daftar Pustaka : 12 Buku + 4 Internet

Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam kegiatan pemasaran yang berperan dalam mencapai tujuan perusahaan. Titik Fokus Kamera sebagai badan usaha melakukan upaya strategi promosi dalam menghadapi persaingan usaha dalam bidang penyewaan rental kamera.

Penelitian ini menggunakan strategi promosi dan bauran promosi sebagai teori utama dalam melakukan analisa strategi promosi yang dilakukan oleh Titik Fokus Kamera. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu owner dan manajer pemasaran dari Titik Fokus Kamera Yogyakarta.

Hasil penelitian menunjukkan Titik Fokus Kamera menggunakan interactive marketing sebagai alat utama dalam kegiatan promosi guna untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Titik Fokus kamera juga melakukan promosi penjualan dilakukan untuk menunjang kegiatan promosi dalam mempengaruhi tindakan target konsumen. Selain itu Titik fokus Kamera juga menggunakan event and experience untuk membangun kesadaran merek serta mengelola hubungan dengan pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Omzet Penjualan, Titik Fokus Kamera

ABSTRACT
MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION STUDIES PROGRAM
ADVERTISING CONCENTRATION
AHMAD AZIZ NUROSID 20130530281
PROMOTION STRATEGY OF YOGYAKARTA FOCUS KAMERA
POINT IN IMPROVING SALES OMZETS IN 2017

Year of Study : 2018 + 97 Pages

References : 12 Books + 4 Internet

Promotion is one of the important elements in marketing activities that play a role in achieving the company's goals. The Focus Point of the Camera as a business entity makes an effort to promote promotion in the face of business competition in the field of camera rental rental.

This study uses promotional strategies and promotion mix as the main theory in analyzing the promotional strategies carried out by the Camera Focus Point. The type of research used is descriptive qualitative with data collection interviews and documentation. The informants in this study were the owner and marketing manager of the Yogyakarta Camera Focus Point.

The results showed the Camera Focus Point using interactive marketing as the main tool in promotional activities in order to achieve the stated goals. The camera's focal point also conducts sales promotions carried out to support promotional activities in influencing the actions of target consumers. Besides that The focal point The camera also uses events and experience to build brand awareness and manage customer relationships.

Keywords: Promotion Strategy, Increasing Omzet, Titik Fokus Kamera