

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Nama : Fausyania Amira Risanti

NIM : 20140530047

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran *Calzone Express* Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pada Tahun 2018

Tahun Skripsi : 2018 + 121 Halaman + 10 Gambar + 5 Tabel

Daftar Pustaka : 31 Buku +7 Jurnal+ 3 Skripsi + 4 Internet

Penelitian ini mendeskripsikan mengenai strategi komunikasi pemasaran Calzone Express dalam rangka meningkatkan jumlah konsumen tahun 2018. 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 Calzone Express yang merupakan tempat makan pizza lipat yang sudah berdiri 6 tahun dan cukup dikenal.

Dalam melaksanakan promosi Calzone Express, cara yang digunakan untuk menganalisis menggunakan teori dari Kotler dan Susanto yang terdiri dari identifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan dikomunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menetapkan total anggaran, promosi, pemutusan mengenai bauran promosi dan mengukur hasil promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan informan, serta dokumen-dokumen relevan yang terkait dengan promosi Calzone Express.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi promosi yang dilaksanakan oleh calzone Express dalam perencanaannya menggunakan pengembangan komunikasi efektif yang memiliki delapan program. Pelaksanaannya dilakukan dengan pemanfaatan media sosial. Calzone Express mempunyai 3 media sosial yang digunakan, yaitu Instagram, Facebook, dan Twitter namun media sosial yang paling sering digunakan oleh Calzone Express adalah sosial media Instagram sebagai media iklan. Selanjutnya, tahap evaluasi yang dilaksanakan dengan mengadakan rapat setiap 3 bulan sekali.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Instagram

ABSTRACT

Muhammadiyah University Of Yogyakarta

Faculty of Social and Politics Sciences

Department of Communication Science

Concentration Public Relations

Name : Fausyania Amira Risanti

Student Number : 20140530047

Bachelor thesis title : Marketing Communication Strategy Done by Calzone Express to Improve the Number of Consumers in 2018

Year of bachelor thesis : 2018 + 121 pages + 10 pictures + 5 tables

References : 31 books +7 journals + 3 bachelor thesis + 4 Internet

The study is aimed to describe the marketing communication strategy done by Calzone Express in order to improve the number of consumers in 2018. The predicate of an education city that carried by Yogyakarta gives an opportunity for businessmen to build their business as for instance in a culinary sector. Nowadays, Eateries, cafes, and restaurants grow rapidly in Yogyakarta. One of the business opportunities that currently grow is Calzone Express. It is a prominent folding pizza eatery which has been established since six years ago.

Within conducting the promotion of Calzone Express, the analysis theory is employed from Kotler and Susanto. It consists of identification of the target markets, the communication purpose, arranging the messages, selecting the communication lines, deciding the entire budget, promotion, deciding the combination of the promotion, and estimating the result of the promotion. The study uses descriptive method and qualitative analysis. The data were obtained through interview with the interviewee along with the relevant documents related to the promotion strategy done by Calzone Express.

The result of the study shows that the promotion strategy done by Calzone Express at its planning stage uses developing communication effective which consists of eight programs. The implementation is conducted through utilizing social media. Calzone Express itself has three social media namely Instagram, Facebook, and Twitter with Instagram as the most used medium for promotion. Then for the evaluation stage, a meeting is conducted each three months.

Key Words: Promotion Strategy, Instagram