

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Hada Syahputra

Strategi Promosi Konveksi Kaos Inteeshirt Yogyakarta dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tahun 2015

Tahun skripsi : 2016 + 96 halaman

Daftar Pustaka : 17 buku + 1 jurnal

Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang dilakukan Inteeshirt dalam meningkatkan jumlah konsumen di tahun 2015. Inteeshirt merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyablonan kaos di Yogyakarta. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tersebut, Inteeshirt tentu saja memiliki cara untuk tetap bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya dengan merancang strategi promosi yang menarik dan berbeda dengan perusahaan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Inteeshirt dalam meningkatkan jumlah konsumennya pada tahun 2015. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dan didukung dengan data dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data, menyajikan data dan menyimpulkan data.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, strategi promosi Inteeshirt dilakukan dengan memanfaatkan media online seperti website dan media sosial serta memanfaatkan acara-acara yang bersifat seni, budaya dan sosial. Strategi promosi Inteeshirt dimulai dari menentukan target audiens, menentukan tujuan, menyusun strategi pesan, menentukan saluran komunikasi dan mengatur anggaran promosi dan mengukur hasil dari kegiatan promosi.

Kata Kunci : Strategi promosi, Sablon kaos, Yogyakarta

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication

Advertising Concentration

Hada Syahputra

Promotional Strategy Inteeshirt T-shirt Screen Printing Yogyakarta to Increase the Number of Consumers in 2015

Thesis Year: 2016 + 96 pages

Bibliography: 17 books + 1 journal

This research discuss about the promotional strategy conducted in Inteeshirt to increase the number of consumers in 2015. Inteeshirt was a company that engaged in t-shirts screen printing in Yogyakarta. As one of the companies that operate in this field, Inteeshirt have a way to stay in business and compete with the other companies to design an interesting and different promotional strategy from any other company.

This research attempts to described a promotional strategy conducted by Inteeshirt to increase the number of consumers in 2015. Research methodology used is descriptive with a qualitative approach. Data were collected through interviews and supported with the documentation data. Technique of data analysis is done by collecting the data , presenting data and concluded the data.

From the results of research conducted, the promotional strategies of Inteeshirt is done by using online media such as website and social media and utilizing art, cultural and social events. Inteeshirt promotion strategy started from set the target audience, define the goals, strategize a message, specify the communication channel and organize promotional budget and measure the results from promotional activities.

Keywords : Promotional strategies, T-shirt screen printing, Yogyakarta