

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Ode Faellasufa Winarsho**

### **STRATEGI PROMOSI GO FOOD FESTIVAL YOGYAKARTA OLEH PT GO-JEK INDONESIA DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENGUNJUNG TAHUN 2018**

**Daftar Pustaka: 31 Buku + 10 Jurnal + 11 Internet**

Go Food Festival merupakan kegiatan festival kuliner yang diadakan oleh PT Go-Jek Indonesia dalam jangka waktu satu tahun. Namun pada tahun 2018 mengalami penurunan jumlah pengunjung yang disebabkan beberapa faktor promosi yang belum dilakukan dengan maksimal, oleh karena itu PT Go-Jek Indonesia melakukan strategi dengan menggunakan beberapa alat promosi guna meningkatkan jumlah pengunjung yang hadir di Go Food Festival Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi, sedangkan untuk teknik pengambilan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data.

Hasil penelitian mengenai strategi promosi Go Food Festival Yogyakarta terdiri dari perencanaan promosi, pelaksanaan promosi, dan evaluasi promosi. proses perencanaan yang dilaksanakan PT Go-Jek Indonesia menggunakan pengembangan komunikasi efektif yang memiliki program delapan langkah. Pelaksanaannya dilakukan dengan menggunakan media elektronik, media *online*, media sosial, *flyer*, poster, spanduk, dan *billboard*. Tahap evaluasi dilaksanakan dengan mengadakan kumpul bersama atau rapat rutin setiap bulan.

**Kata kunci: Strategi Promosi, Komunikasi Efektif, Go Food Festival**

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Department of Communication**

**Concentrate Advertising**

**Ode Faellasufa Winarsho**

### **PROMOTION STRATEGY OF GO FOOD FESTIVAL IN YOGYAKARTA BY INDONESIAN GOJEK CORPORATION TO INCREASE VISITORS IN 2018**

**Bibliography: 31 Books + 10 Journals + 11 Websites**

Go Food Festival culinary is a festival activities is held by PT Go-Jek Indonesia within one year. However in the year 2018 has decreased the number of visitors caused some promotional factor has not been done with maximum, therefore PT Go-Jek Indonesia do strategy using several promotion tools in order to increase the number of visitors are present in Go Food Festival.

Research methods used in this research is descriptive qualitative research methods. Using data collection techniques interviews and documentation, while for retrieval technique using purposive sampling technique informant. The validity of this research was the dat using the technique of triangulation data source.

The results of the research on the promotion strategy of Go Food Festival consists of promotional planning, implementation and evaluation of promotion, promotion. the planning process undertaken PT Go-Jek Indonesia uses the development of effective communication program that has eight steps. Its implementation is done using electronic media, online media, social media, flyers, posters, banners, and billboards. Stages of the evaluation carried out by holding regular joint meetings or gatherings each month.

**Keywords: Promotion Strategy, Effective Communication, Go Food Festival**