

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Hikmaniati Sari (20150530049)

Strategi Promosi *Direct Marketing* Aerotravel Dalam Acara Garuda Indonesia Travel Fair (GATF) Untuk Menginduksi Peningkatan Penjualan Periode Oktober 2018

Tahun Skripsi : 2019 + 127 halaman + Lampiran + 6 bagan + 19 gambar + 2 tabel

Daftar Pustaka : 20 buku + 11 jurnal + 6 sumber online (internet)

Dalam penelitian ini, peneliti membahas mengenai strategi promosi *direct marketing* Aerotravel dalam acara Garuda Indonesia Travel Fair (GATF) untuk menginduksi peningkatan penjualan. Peneliti memilih Aerotravel karena dengan promosi *direct marketing* yang dijalankan mampu meningkatkan penjualan dan melampaui target yang ditetapkan pada tahun 2018 dan perusahaan travel agent ini telah resmi bergabung dalam keanggotaan ASITA (*Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies*). Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi promosi *direct marketing* yang telah dilakukan Aerotravel sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan menaikkan profit penjualan, untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam strategi promosi tersebut dan untuk mengetahui tanggapan dari konsumen secara langsung mengenai promosi-promosi yang dilakukan Aerotravel.

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, Lalu menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Pada teknik analisis data peneliti menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan tersebut terjadi berdasarkan tahapan perencanaan yang dilakukan Aerotravel, berupa penetapan target audiens pada semua khalayak masyarakat yang umumnya tinggal di kota-kota besar dengan pendapatan ekonomi menengah ke atas, mengenalkan produk secara personal, menggunakan perancangan pesan sesuai dengan AIDA, menarik perhatian dengan memberikan *merchandise*, menetapkan jumlah anggaran promosi untuk kebutuhan produk. Strategi promosi *direct marketing* yang dilakukan Aerotravel ialah menggunakan bentuk media *flyer*, email dan *whatsapp blast*.

Kata Kunci : Strategi Promosi, *Direct Marketing* dan Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Department of Communication Studies

Concentration of Advertising

Hikmaniati Sari (20150530049)

A Direct Marketing Promotion Strategy of Aerotravel in the Event of Garuda Indonesia Travel Fair (GATF) to Induce the Increase of Sales in the Period of October 2018

Year of Thesis : 2019 + 127 pages + Exemplars + 6 drafts + 19 pictures + 2 tables

References : 20 books + 11 journals + 6 internet sources

In this research, the researcher discuss about a direct marketing promotion strategy of Aerotravel in the event of Garuda Indonesia Travel Fair (GATF) to induce the increase of sales. The researcher choose Aerotravel because of its direct marketing promotion strategy could be able to boost sales and exceeding the target in 2018 and this travel agent company has officially joined ASITA (Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies) membership. The purpose of this research is to find out more about strategy of direct marketing promotion that has been applied by Aerotravel in order to boost sales and its profit, to know the barrier and supporters of this promotion strategy and to know the response they received from consumers directly about promotion conducted by Aerotravel.

The kind of research used in this research is descriptive with a qualitative approach by using the data collection techniques which are interviews and documentation. The data analysis technique used a model of Mile and Huberman, in which consist of data reduction, data display and conclusion or verification. The result of this research indicates that the increase of sales is based on the phase planning that has been applied by Aerotravel, in the form of target determination the audience on all community members who generally by the people living in big cities with income middle class and upper middle, introduce the product personally, using design in accordance with AIDA message, give merchandise, setting the number of budget promotions to the needs of product. A direct marketing promotion strategy which was done by Aerotravel is using the form of media flyer, email and whatsapp blast.

Keyword: Promotion Strategy, Direct Marketing and Increase of Sales.