

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi *Advertising***

**Kartika Sari (20150530073)**

**Strategi Promosi Lawe Indonesia Sebagai *Social Enterprise* Dalam Mendukung Peningkatan Penjualan Tahun 2018**

**Tahun Skripsi : 2019 + 139 halaman**

**Daftar Pustaka : 32 buku + 16 jurnal + 7 sumber *online* (internet)**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang digunakan Lawe Indonesia sebagai *social enterprise* dalam mendukung peningkatan penjualan tahun 2018. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi yang diperoleh dari dokumen-dokumen Lawe Indonesia dan dari berbagai sumber yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan Lawe Indonesia dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu dengan menentukan target audiens, menentukan tujuan, merancang pesan promosi, menyeleksi saluran komunikasi, dan menetapkan anggaran promosi. Selain itu, Lawe Indonesia juga menggunakan bauran promosi, antara lain *personal selling*, publisitas, *sales promotion*, *direct marketing*, *word of mouth*, dan *event/ pameran*. Sebagai bisnis yang berbasis *social enterprise* terdapat misi sosial yang menggerakkan bisnis tersebut. Pelaksanaan dari adanya misi sosial adalah dengan melakukan program pelatihan dan pendampingan bagi masyarakat.

Kata kunci: Strategi promosi, *social enterprise*, Lawe Indonesia

## **ABSTRACT**

***Muhammadiyah University of Yogyakarta***

***Faculty of Social and Politics***

***Majoring in Communication Studies***

***Advertising Concentration***

***Kartika Sari (20150530073)***

***Promotion Strategy of Lawe Indonesia as Social Enterprise in Support of Increasing Sales in 2018***

***Undergraduate thesis Year : 2019 + 139 pages***

***Bibliography : 32 books + 16 journals + 7 online sources***

*The aim of this research is to describe promotion strategy used by Lawe Indonesia as social enterprise in support of increasing sales in 2018. This type of research uses descriptive research with qualitative approach. Datas were collected by interview, documents from Lawe Indonesia and various relevan sources.*

*Research results show that promotion strategy used by Lawe Indonesia done in many steps which are determining the audience target, determining goals and setting promotion budget. Furthermore, Lawe Indonesia also uses promotion mix such as personal selling, publicity, sales promotion, direct marketing, word of mouth and events/exhibitions. As social enterprise based business, Lawe Indonesia is moved by social missions. The implementation of Lawe Indonesia's social missions are to carry out training programs and assistance for the community.*

***Keywords: promotion strategy, social enterprise, Lawe Indonesia***