

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Dwi Artanti (20120530169)

**Strategi Promosi Jejamuran Resto Melalui Media *Fanpage Facebook* Dalam
Meningkatkan Jumlah Konsumen Periode 2013-2016**

Tahun Skripsi 2016

Daftar Pustaka 20 buku + 4 sumber *online* + 3 skripsi

Yogyakarta merupakan salah satu kota kuliner yang ada di Indonesia, ketatnya persaingan bisnis kuliner menjadikan para pengusaha kuliner saling berlomba-lomba menciptakan keunikan tersendiri dalam bisnis yang ditekuni. Dengan menggunakan berbagai media untuk promosi, tak terkecuali Jejamuran Resto yang menghadirkan media *Fanpage Facebook* sebagai media dalam promosi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif pengumpulan data diperoleh dari dokumentasi, dan wawancara kepada 5 (lima) narasumber. Analisis data yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Strategi promosi yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi menggunakan media sosial *Fanpage Facebook* dengan pemanfaatan testimoni konsumen berjalan cukup efektif dalam meningkatkan jumlah konsumen. Testimoni konsumen pada *Fanpage Facebook* berisi tanggapan mengenai harga, cita rasa, dan menu yang ditawarkan. Hingga saat ini Jejamuran Resto hanya menggunakan media sosial *Fanpage Facebook* sebagai media promosi, sehingga perlu memanfaatkan media sosial lain seperti *instagram*, *twitter*, *path*, maupun *line* untuk membantu promosi. Selain itu Jejamuran Resto perlu melakukan penambahan jumlah SDM yang khusus mengelola *Fanpage Facebook* dan melakukan evaluasi yang terkait dengan konten pada *Fanpage Facebook*.

Kata kunci Strategi Promosi, *Fanpage Facebook*, Testimoni

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social Politic Science

Department of Communication Science

Major of Public Relations

Dwi Artanti (20120530169)

The Promotion Strategy of *Jejamuran* Resto through the Media of Fanpage Facebook in Increasing the Number of Customer Period 2013-2016

Year of Graduating Paper 2016

Bibliography 20 books + 4 online source + 3 graduation papers

Yogyakarta is one of culinary cities in Indonesia. The tight competition of culinary business makes culinary manufacturers compete each other to create their own signature culinary business. In this effort, they benefit various media to promote the business and so does *Jejamuran* Resto which uses Fanpage Facebook as its means of promotion.

This research used qualitative descriptive method to compile data gathered through documentation and interview conducted toward five interviewees. The data was analyzed using triangulation.

The promotion strategies in this research consist of planning, implementation, and evaluation. The result of the research shows that using testimony from Fanpage Facebook is an effective promotion strategy. The customers gave their testimony in regard of the price, quality, and the menu it offers. Until recently, *Jejamuran* Resto only relies on Fanpage Facebook to promote the business. Therefore it is suggested to benefit other means of social media such as instagram, twitter, path, or line. Besides, *Jejamuran* Resto needs to add the number of its human resources to especially manage the Fanpage Facebook and to evaluate its content.

Keywords: Promotion Strategy, Fanpage Facebook, Testimony

