

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsetrasi *Public Relations*

Sovia Febriana Wiranti (20110530167)

**“STRATEGI PROGRAM “DIRECT BRANDING” CUBIC KITCHEN AND BAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG”**

Tahun Skripsi : 2015 + 135 hal + Daftar Kepustakaan : 20 Buku + 2 jurnal + 4 Sumber Online

Strategi promosi yang dilakukan Cubic Kitchen and Bar adalah program *direct branding*. Program *direct branding* merupakan kegiatan membagikan *flyer* secara langsung dan tatap muka yang dilakukan oleh Cubic Kitchen and Bar dengan penjelasan dan memberikan informasi yang disertai dengan *personal selling* kepada konsumen. *Direct branding* merupakan program unggulan Cubic Kitchen and Bar yang berbeda dengan program *cafe* lainnya, karena dengan program *direct branding* mampu meningkatkan jumlah pengunjung Cubic Kitchen and Bar.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini secara umum bertujuan untuk mendeskripsikan strategi program *direct branding* yang telah dijalankan Cubic Kitchen and Bar, serta mengetahui apa yang menjadi kendala pada program *direct branding*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi program *direct branding* yang dilakukan Cubic Kitchen and Bar untuk meningkatkan jumlah pengunjung dikatakan berhasil. Terbukti dengan jumlah pengunjung mengalami peningkatan yang signifikan sejak awal buka pada tanggal 1 Juni 2014, peningkatan pengunjung jika dipresentasikan mencapai 90% secara periodik. Pengunjung yang datang pada hari Senin hingga Jumat mencapai lebih dari 100 orang perhari, dan pada hari Sabtu hingga Minggu mencapai lebih dari 300 orang pengunjung perhari.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Cubic Kitchen and Bar