

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Public Relations
Farusi Yabid (20120530166)
Tahun Skripsi :2017 + 81 Halaman + 4 Lampiran + 15 Gambar
Daftar Pustaka : 16 Buku + 3 Media Online

Klinik Kopi merupakan *coffee shop* yang melakukan pemasaran dengan edukasi. Promosi berbasis edukasi banyak dipraktekan untuk mengatasi kebosanan akan iklan keuntungan pemasaran berbasis edukasi adalah khalayak tidak hanya melihat sebagai usaha pemasaran tetapi secara langsung juga akan merasakan nilai nyata untuk menjadi seorang pembeli yang lebih pintar. Tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi digital promosi di *coffee shop* Klinik kopi Yogyakarta dalam mengedukasi konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah *coffee shop* Klinik Kopi Yogyakarta yang beralamat di Jalan Kaliurang km 8 Yogyakarta. Langkah-langkah pengumpulan data yang ditempuh adalah melalui proses wawancara, dokumentasi dan observasi sementara langkah analisis data ditempuh dengan mengumpulkan data dari proses wawancara kepada sejumlah pihak terkait dalam hal ini pemilik Klinik Kopi yaitu Firmansyah, kemudian mereduksi hasil wawancara, selanjutnya menyajikan data dalam bentuk sajian data dan analisi penelitian.

Dari hasil penelelitan ini dapat diketahui bahwa pemasaran berbasis edukasi sebagai strategi promosi terbilang baik, mereka menyesuaikan konten-konten edukasi mereka terhadap karakteristik sosial media yang mereka gunakan. Meskipun begitu terhadap satu kekurangan terkait aktivitas promosi digital yang mereka jalankan, karena Klinik Kopi tidak menerapkan tahapan evaluasi.

Kata Kunci: Promosi, Digital, Edukasi

ABSTRACT

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Social and Political Sciences Faculty
Communication Science Study Program
Public Relations Concentration
Farusi Yabid (20120530166)**

**Year of Undergraduate Thesis : 2017 + 81 pages+ 4 attachments + 15 pictures
References : 16 books + 3 online media**

Klinik Kopi is a coffee shop that does the marketing with education. Education based promotion is still implemented many times to avoid boredom of advertisement. The advantage of education based promotion is that the public does not only see it as a marketing effort but they also directly feel the real value to be smarter consumers. The objective of the research was to find out how the implementation of digital promotion in Klinik Kopi Yogyakarta coffee shop in educating the consumers was.

The research was qualitative research in nature by using qualitative descriptive research method. The location of the research was Klinik Kopi Yogyakarta coffee shop on Kaliurang Street Km. 8 Yogyakarta. The steps in collecting data taken through interview, documentation, and observation. Analysis data taken by collecting data from interview process, data in this case the owner of Klinik Kopi Firmansyah, then reduce the interview result, and then present the data in the form of data presentation and research analysis.

The results of this study can be concluded that educational-based marketing as a promotional strategy by Klinik Kopi fairly unique, they adjust their educational content to social media features they use. Eventhough there is one deficiency with the digital promotion they do, because the Klinik Kopi does not apply the evaluation stage.

Keywords : Promotion, Digital, Education