

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Nama : Arma Rachmadika Utama

NIM : 20130530036

Judul Skripsi : Strategi Promosi Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Tahun 2016

Tahun Skripsi : 2017 + 116 halaman + 14 lampiran + 3 tabel

Daftar Pustaka : 30 buku + 4 website + 1 Jurnal

Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan merupakan pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner di Prambanan. Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit adalah rumah makan dengan menu kuliner tradisional khas Jawa Tengah. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan dalam meningkatkan jumlah konsumen tahun 2016. Sebagai salah satu pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit tentu memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah konsumen, salah satunya adalah dengan merancang langkah-langkah yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit dalam meningkatkan jumlah konsumen tahun 2016.

Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif data dikumpulkan melalui wawancara mendalam didukung dengan teknik analisis yang dilakukan adalah dengan mengumpulkan data, menganalisis data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Rumah Makan Lesehan Sego Wiwit Prambanan dalam perencanaannya menggunakan komunikasi efektif yang memiliki delapan program. Pelaksanaannya dilakukan dengan memanfaatkan media internet dan media sosial seperti fanpage facebook dan website. Bauran promosi yang paling berpengaruh dalam promosinya adalah menggunakan diskon langsung (*sales promotion*). Selanjutnya, tahap evaluasi yang dilaksanakan dengan mengadakan rapat rutin setiap enam bulan sekali.

Kata kunci : Strategi promosi, bauran promosi

ABSTRAC

**MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA
SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE FACULTY
COMMUNICATION SCIENCE DEPARTMENT
ADVERTISING STUDY**

Name : Arma Rachmadika Utama
Student ID Number : 20130530036
**Thesis Tittle : Promotion strategy of Lesehan Sego Wiwit Pambanan
Restaurant in increasing the number of consumers year 2016**
Thesis Year : 2017 + 116 page + 14 attachment + 3 table
Bibliography : 30 Books + 4 website+ 1 Journal

Lesehan Sego Wiwit Prambanan Restaurant is a company engaged in the field of culinary in Prambanan. Lesehan Sego Wiwit Restaurant is a restaurant with traditional culinary of Central Java. This research discuss about the promotion strategy of Lesehan Sego Wiwit Prambanan restaurant in increasing the number of consumers in 2016. As a company that engaged in the field of culinary, Lesehan Sego Wiwit Restaurant of course has some ways to increasenumber of consumers, and one of those ways is formulating the strategy with effective ways. The aims of this research is to describe the promotion strategy that done by Lesehan Sego Wiwit Restaurant in increasing the number of consumers in 2016.

The method used is descriptive with qualitative approach of data collected through indepth interview supported by analysis technique which is done by collecting data, analyzing data and draw conclusion

The result showed, that the srtaregy undertaken by the Restaurant Lesehan Sego Wiwit Prambanan in palanning it using effective communication which has eight programs. Implementation is done by using the media internet and social media such as fanpage facebook and website. The most promotional mix influential in the promotion is to use direct discount (*sales promotion*) futhermore, the evaluation phase in carried out by holding regular meetings every six monthly.

Keywords : Promotion Strategy, Promotion Mix