

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Gebian Ridho Sadewa (20130530285)

Strategi Promosi Nagoya Fusion Restoran Melalui Media Sosial Instagram, Facebook Dan Twitter Dalam Menarik Minat Pengunjung Pada Tahun 2017

Tahun Skripsi: 2018 + 120 Hal

Daftar Kepustakaan: 16 buku

Penelitian ini meneliti strategi promosi yang dilakukan Nagoya Fusion melalui media sosial pada Tahun 2017. Nagoya Fusion merupakan salah satu restoran Jepang yang ada di Yogyakarta. Dalam menghadapi persaingan bisnis diantara restoran yang ada di Kota Yogyakarta Nagoya Fusion menggunakan media sosial sebagai media promosi utama. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dilakukan Nagoya Fusion pada tahun 2017. Jenis penelitian yang digunakan yaitu Kualitatif deskriptif dengan sumber data wawancara dan dokumentasi berupa foto-foto, surat, dan laporan pelaksanaan kegiatan promosi. Hasil penelitian menunjukkan Perencanaan strategi promosi khususnya melalui media sosial instagram, facebook dan twitter untuk memasarkan produk yang ditawarkan yang akan di post dengan melakukan seleksi kemenarikan sebuah produk. Dari beberapa platform tersebut Nagoya menggunakan Instagram sebagai media utama dalam berpromosi. Pelaksanaan strategi promosi melalui media sosial instagram hal pertama yang dilakukan yaitu melakukan photo sesi terhadap produk, selain itu pemasar dapat memilih waktu yang tepat dalam memposting foto yang siap di upload dengan memahami kebiasaan para calon konsumen dalam menggunakan sosial media. Hal ini dilakukan agar postingan yang akan di upload dapat langsung dilihat oleh para calon konsumen. Selain itu pesan promosi menjadi element penting dalam menyampaikan pesan. Tahapan terakhir yang dilakukan dalam kegiatan promosi melalui sosial media adalah evaluasi. Sekarang ini perusahaan atau penjual dapat memanfaatkan fitur consumer insight yang ada pada media sosial tersebut dengan begitu pemasar atau perusahaan dapat memahami apa-apa yang menarik, dan berapa banyak yang melihat postingan tersebut.

Kata Kunci: Promosi, Sosial Media, Nagoya Fusion

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Communication Studies Program

Public Relations Concentration

Gebian Ridho Sadewa (20130530285)

Nagoya Fusion Promotion Strategy Restaurants through Social Media Instagram, Facebook and Twitter in Attracting Visitor Interest in 2017

Year of Study : 2018 + 120 Pages

References : 16 Books

This research examines the promotional strategies carried out by Nagoya Fusion through social media in 2017. Nagoya Fusion is one of the Japanese restaurants in Yogyakarta. In facing business competition among restaurants in the city of Yogyakarta Nagoya Fusion uses social media as the main promotional media. This study aims to describe the promotion strategy carried out by Nagoya Fusion in 2017. The type of research used is qualitative descriptive with sources of interview data and documentation in the form of photographs, letters, and reports on the implementation of promotional activities. The results of the study show that promotional strategy planning, especially through social media, Instagram, Facebook and Twitter, to market the products offered will be posted by selecting product attractiveness. From several platforms, Nagoya uses Instagram as the main media in promoting. The implementation of promotional strategies through Instagram social media is the first thing that is done by doing photo sessions on products, besides that marketers can choose the right time in posting photos that are ready to be uploaded by understanding the habits of prospective consumers in using social media. This is done so that the posts that will be uploaded can be directly seen by potential customers. In addition, promotional messages are an important element in delivering messages. The last step taken in promotional activities through social media is evaluation. Now companies or sellers can take advantage of the consumer insight features that exist on social media so that marketers or companies can understand what's interesting, and how many see that post.

Keywords: Promotion, Media Social, Nagoya Fusion