

ABSTRAK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI BROADCASTING
INSANIA SAGITA BELLADINA 20130530330
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN WARALABA ROCKET CHICKEN
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH GERAI TAHUN 2017

Tahun Skripsi : 2019 + 90 Halaman

Daftar Pustaka : 20 Buku + 5 Jurnal + 2 Internet

Penelitian ini membahas bagaimana penerapan strategi komunikasi pemasaran waralaba Rocket Chicken dalam meningkatkan jumlah gerai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran waralaba rocket chicken dalam meningkatkan jumlah gerai.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan setelah mengumpulkan data, yaitu mereduksi data, menyajikan data dan menyimpulkan data.

Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Rocketchicken meliputi beberapa tahapan seperti perencanaan, pelaksanaan dan Eevaluasi. Secara perencanaan komunikasi pemasaran dilakukan dengan menetapkan tujuan komunikasi pemasaran yaitu membangun kesadaran merek, menentukan anggaran promosi, membuat rancangan pesan komunikasi pemasaran serta menentukan alat komunikasi pemasaran yang akan digunakan. Secara pelaksanaan divisi promosi dan pemasaran mengintegrasikan berbagai media seperti website dan media sosial dalam menjangkau audiens yang lebih luas, brosur sebagai media iklan, program tv sebagai publikasi dan direct marketing untuk menghubungi langsung target konsumen. Evaluasi dilakukan dalam pertiga bulan dan pertahun hal ini dilakukan untuk mengkaji perkembangan atau pencapaian dalam kegiatan komunikasi pemasaran yang telah dilakukan. Sehingga dapat dilakukan perbaikan atas kelemahan aktivitas komunikasi pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Rocket Chicken, Meningkatkan Jumlah Gerai

ABSTRACT

MUHAMMADIYAH UNIVERSITY OF YOGYAKARTA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION STUDIES PROGRAM

BROADCASTING CONCENTRATION

INSANIA SAGITA BELLADINA 20130530330

**STRATEGY MARKETING COMMUNICATION OF ROCKET CHICKEN IN
INCREASING THE NUMBER OF MOVEMENTS IN 2017**

Year of Study : 2019 + 90 Pages

References : 20 Books + 5 Journals + 2 Internet

This study discusses how the implementation of the Rocket Chicken franchise marketing communication strategy in increasing the number of outlets. The purpose of this study is to describe the marketing of the Rocket Chicken franchise communication strategy in increasing the number of outlets.

The research method used in this study is descriptive qualitative. Data collected by interview techniques and documentation. Data analysis techniques are carried out after collecting data, namely reducing data, presenting data and concluding data.

The results of the research show that marketing communication strategy carried out by Rocketchicken includes several stages such as planning, implementation and evaluation. Marketing communication planning is carried out by setting marketing communication objectives that are building brand awareness, determining promotional budgets, designing marketing communication messages and determining marketing communication tools that will be used. The implementation of the promotion and marketing division integrates various media such as websites and social media in reaching a wider audience, brochures as advertising media, tv programs as publications and direct marketing to contact direct target consumers. Evaluation is done in three months and every year it is done to assess the development or achievement in marketing communication activities that have been carried out. So that improvements can be made to the weakness of marketing communication activities.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Rocket Chicken, Increasing the Number of Outlets