

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi *Advertising***

**Fifaldy Adhar Quthni**

**Strategi Promosi Layanan Go-Food Oleh Gerai Kopi Couvee Melalui Media**

**Sosial Instagram**

**Tahun Skripsi : 2019 + 88 Halaman + Lampiran**

**Daftar Pustaka : 19 Buku + 3 Skripsi + 10 Jurnal + 6 wawancara**

Strategi promosi layanan Go-Food oleh gerai kopi Couvee melalui media sosial Instagram dengan konsep *cafe take away* dan *self service*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengevaluasi tahapan pelaksanaan strategi promosi yang dilakukan dari tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berlokasi di Jalan Kaliurang Km. 5,5 Yogyakarta. Sumber data dari penelitian ini adalah wawancara dengan informan dari *marketing* Cafe Couvee, serta pelanggan Cafe Couvee dan dokumen perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil dalam menyusun dan melakukan strategi promosi memanfaatkan fitur-fitur yang ada di Instagram *captions*, *hashtag* untuk menarik minat pembeli, serta melakukan kerja sama dengan dengan tiga *food vlogger* untuk membagikan informasi produk dan bekerjasama dengan Go-Food sebagai *partner* bisnis. Cafe Couvee mempromosikan produk menggunakan periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*). Pada tahap evaluasi, Cafe Couvee hanya melihat jumlah pengunjung dan omset penjualan tanpa mengevaluasi setiap tahapan kegiatan promosi yang ada.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Media Sosial, Instagram, *Advertising*, *Sales Promotion*.

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Science**

**Course of Study Science of Communication**

**Concentration Advertising**

**Fifaldy Adhar Quthni**

**Strategi Promosi Layanan Go-Food Oleh Gerai Kopi Couvee Melalui Media**

**Sosial Instagram**

**Year of Thesis : 2019 + 88 Page + Attachment**

**Bibliography : 19 Book + 3 Thesis + 10 Journal + 6 Interview**

The Go- service promotion strategy by Couvee coffee shops through Instagram social media with café concept take away and self service. The purpose of this research is to know and evaluate the stages of implementation of promotional strategies conducted from the preparation stage, implementation and evaluation. The research method used in this research is qualitative research with a type of qualitative descriptive research. The research is located at Jalan Kaliurang Km. 5.5 Yogyakarta. The data source of this research is an interview with the informant of the Couvee's marketing staff, as well as the Covee's customers and company documents.

The results of this study, show that in drafting and doing a promotion strategy Cafe Couvee makes use of the features that are on Instagram captions, hastag to attract buyers, and cooperate with three food vloggers to share product information and collaborate with Go-Food as a business partner. Cafe Couvee promotes products using advertising (advertising), sales promotion. At the evaluation stage, Cafe Couvee saw only the number of sales and turnover without evaluating each stage of existing promotional activities.

**Keywords:** Promotion Strategy, Social Media, Instagram, Advertising, Sales Promotion.