

## ABSTRAK

**Nama** : Maya Novriani  
**NIM** : 44310110103  
**Judul** : **Strategi Promosi Produk Hoka Hoka Bento Melalui *Facebook* dan *Twitter* (Studi kasus pada Hoka Hoka Bento kantor pusat, Jakarta Timur)**

Para produsen produk industri makanan akhir-akhir ini tampak ramai mempromosikan produknya dengan berbagai macam cara atau strategi. Strategi – strategi yang digunakan pada intinya bertujuan untuk menarik perhatian banyak khalayak. Untuk itu, strategi promosi haruslah dikemas unik mungkin, agar khalayak tertarik dengan produk itu sendiri. Kegiatan strategi promosi tersebut juga tidak luput dari kegiatan yang dilakukan oleh PT.Eka Boga Inti, dimana kegiatan strategi promosi produk yang baru ini dijalani melalui media sosial yaitu Facebook dan Twitter. Dilihat dari perkembangan kedua media sosial tersebut yang sangat menarik perhatian banyak orang, tidak heran kedua media tersebut menjadi incaran utama para produsen. Adapun permasalahannya adalah bagaimana strategi promosi produk di Hoka Hoka Bento yang dilakukan melalui Facebook dan Twitter. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi yang digunakan Hoka Hoka bento melalui Facebook dan Twitter.

Faktor yang paling berpengaruh dan prioritas utama dalam penyusunan strategi promosi produk di Hoka Hoka Bento adalah bauran promosi, diikuti dengan manfaat promosi penjualan, dan media yang digunakan dalam kegiatan promosi. Adapun tim yang paling berpengaruh dalam penyusunan strategi promosi produk yaitu tim marketing Hokben khususnya *Departement Advertising and Promotion*.

Metode yang digunakan pada penulisan ini adalah metode kualitatif, karena kemantapan peneliti berdasarkan pengalaman penelitiannya dan metode kualitatif dapat memberikan rincian yang lebih komplek tentang suatu fenomena. Didalam penelitian ini, peneliti juga menggambarkan atau menceritakan atau memaparkan secara deskriptif mengenai hasil temuan peneliti. Konsep dari penelitian ini berdasarkan pada Strategi Promosi ( tahap perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi), Media Sosial (kekuatan dan kelemahan) dan Produk ( produk atau apa saja yang dipromosikan oleh perusahaan melalui media sosial tersebut).

Adapun tahap pembahasan meliputi proses Perencanaan, Pelaksanaan dan Evaluasi. Ketiganya akan dibahas pada Hasil Penelitian dan Pembahasan. Hal-hal apa yang telah direncanakan dan apa yang telah dilakukan pada kegiatan promosi ini akan diulas pada bagian akhir skripsi ini.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan tim marketing Hokben dan dari hasil dokumentasi serta pengamatan langsung pada kedua media tersebut, yaitu dimana interaksi yang terjadi baik dengan Fans dan Followers dari masing- masing media tersebut sangat terlihat komunikasi yang *continue*. Disini bisa dilihat hasilnya bahwa, penggunaan sosial media ( Facebook dan Twitter) dalam promosi produknya dapat dikatakan dapat meng-grab banyak khalayak. Hal tersebut sesuai dengan tujuan utama tim marketing Hokben.

Dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan dalam proses pengolahannya kegiatan promosi ini terdiri dari tiga tahap, yaitu; tahap perencanaan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Dari ketiga tahapan tersebut dapat disimpulkan bahwa, kegiatan promosi produk

dengan media sosial (Facebook dan Twitter) ini, dapat membantu kedua belah pihak yaitu customer dan produsen. Hal tersebut bisa dilihat dalam pelaksanaannya pada Fans Page Facebook ( HOKA HOKA BENTO) dan Twitter-nya (@HokBen), dimana ada timbale balik suatu kebutuhan dari keduanya. Bagi produsen dapat mempromosikan produknya dan bagi Fans dan Followers dapat menanyakan baik soal produk, tempat dan semua yang berhubungan dengan Hokben .

*Kata kunci: Strategi Promosi Produk,Sosial Media (Facebook dan Twitter)*

## ABSTRAC

**Name** : Maya Novriani  
**NIM** : 44310110103  
**Title** : **Strategi Promosi Produk Hoka Hoka Bento Melalui *Facebook* dan *Twitter* (Studi kasus pada Hoka Hoka Bento kantor pusat, Jakarta Timur)**

Presently many food industry products promote their brands, by social media such as Facebook and Twitter. The both of social media is a very interesting a lot of people, it's no wonder the media has become the main target of the producers. One of the users of Facebook and Twitter as promotional media products, is PT. Eka Boga Inti or better known as Hoka Hoka Bento.

The most influential factor in the preparation and priority strategies in product promotion Hoka Hoka Bento is the promotion mix, followed by sales promotion benefits, Segmentation targeting and positioning, and media used in promotional activities. The team's most influential in the formulation of the product promotion strategy marketing team Hokben particularly the Department of Advertising and Promotion.

The method used in this research's is a qualitative method, because the stability of the researchers based on the experience and methods of qualitative research can provide more details about a complex phenomenon. In the research, researchers also describe or explain in descriptive research findings. The concept of this research is based on the Strategic Promotion (the planning, implementation and evaluation), Social Media (strengths and weaknesses) and the product (product or all about by the company through social media).

As for the step of the process include the Planning Implementation and Evaluation. All three will dibasah on Outcomes Research and Discussion. What are the things that have been planned and what has been done on these promotional activities will be reviewed at the end of this thesis.

Based on interview with Hokben's marketing division and documentation as well as the results of direct observation in both media, which is where the interactions that occur both with Fans and Followers of each of these highly visible media of continue communication. Can be seen the results that, the use of social media (Facebook and Twitter) in the promotion of their products may be said can either grab a lot of audiences. This is consistent with the primary purpose Hokben marketing team.

From the research, the researchers conclude in the process of processing the promotion consists of three stages, namely planning, implementation phase and the evaluation phase. Of the three stages can be concluded that, product promotion activities with social media (Facebook and Twitter), can help both parties ie the customer and the manufacturer. It can be seen in the implementation Fans Page on Facebook (Hoka Hoka Bento) and his Twitter (@ HokBen), where there is a reciprocal need of both. For producers to promote their products and for the Fans and Followers can ask both about the products, places and all related Hokben.

*Keywords: Product Promotion Strategy, Social Media (Facebook and Twitter)*