



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

ABSTRACT

Name : Ismail Tamara
NIM : 55209120051
Title : *Banded Pack Promotion Strategy Program of KFC Music Hit List in Support of the Album Sales*

Currently KFC communicate to the target market that is not just a restaurant KFC chicken seller, but KFC also has an element of lifestyle. KFC way to communicate a message to the public use of music. Used a slightly different way, if other industrial uses of music in various that events. KFC chose to use music as a universal language that will be used to communicate to the audience, which by uniting the brand image of a restaurant with music. KFC did increase sales through KFC Music Hit List by issuing a new menu package called the 'combo hit list'. The menu is a menu of KFC as one form of integration of marketing with selling chicken package menu with CD as a bonus track.

This study aims to determine the sales promotion strategies in the form of banded pack (combined package) at KFC Music Hit List program focused on suggestive selling / direct selling with persuasive communication to support the album sales.

The study used qualitative research methods and case studies using constructivist paradigm and involves many factors such as segmentation, targeting, and positioning. In this study the researchers describe, narrate, and explained descriptively about the findings on program promotion activities KFC Music Hit List period 2011-2013. Researchers examined the promotional strategy of the processing stage consists of four stages of adoption, namely the fact discovery phase, strategic planning, implementation content and implementation of promotional strategy evaluation stage.

The success of the program KFC Music Hit List can be seen from the number of the menu 'combo hit list' which sold. The program also as a means of creative music for musicians in Indonesia and instrumental part in the fight against piracy.

Keywords: *Promotion Strategy, Communication Persuasion, Sales Promotion*



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

ABSTRAK

Nama : Ismail Tamara
NIM : 55209120051
Judul : Strategi Promosi *Banded Pack* Program KFC *Music HitList*
dalam Mendukung Penjualan Album

Saat ini KFC mengkomunikasikan kepada target marketnya bahwa KFC tidak hanya sekedar restoran penjual ayam saja, namun KFC juga memiliki unsur gaya hidup. Cara KFC mengkomunikasikan pesan kepada khalayak menggunakan musik. Cara yang digunakan sedikit berbeda, apabila industri lain menggunakan musik dalam berbagai *event*-nya. KFC memilih untuk menggunakan musik sebagai bahasa universal yang akan digunakan untuk berkomunikasi kepada khalayak, yaitu dengan melakukan menyatukan antara *image brand* restoran dengan musik. KFC melakukan peningkatan penjualan melalui program KFC *Music HitList* dengan mengeluarkan paket menu baru yang disebut menu 'combo hit list'. Menu tersebut adalah sebuah menu dari KFC sebagai salah satu bentuk integrasi marketing dengan berjualan menu paket ayam dengan CD lagu sebagai bonusnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi penjualan dalam bentuk *banded pack* (paket gabungan) pada program KFC *Music Hit List* yang terfokus pada *sugestif selling / direct selling* dengan komunikasi persuasif untuk mendukung penjualan album.

Penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dan menggunakan paradigma konstruktivis dan melibatkan banyak faktor seperti segmentasi, targeting, dan positioning. Di dalam penelitian ini peneliti menggambarkan, menceritakan, dan memaparkan secara deskriptif mengenai hasil temuan pada aktivitas promosi program KFC *Music Hit List* periode tahun 2011-2013. Peneliti meneliti dari tahap pengolahan strategi promosi ini terdiri dari empat tahap diadopsi, yaitu tahap penemuan fakta, perencanaan strategi, implementasi konten pelaksanaan strategi promosi dan tahap evaluasi.

Keberhasilan program KFC *Music Hit List* ini dapat dilihat dari banyaknya menu 'combo hit list' yang terjual. Program ini juga sebagai sarana bermusik yang kreatif bagi para musisi di Indonesia dan berperan andil dalam melawan pembajakan.

Kata kunci: Strategi Promosi, komunikasi Persuasi, Promosi Penjualan