



Universitas Mercu Buana Jakarta
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Agnes Susilawati
44315010030

Judul : Strategi Promosi Roti Bakar 88 Pasar Lama Melalui Media Sosial Instagram Untuk Menarik Minat Beli Konsumen di Tahun 2018.
Jumlah Halaman : x +78 Halaman + 22 Lampiran
Bibliografi : 23 Acuan, Tahun 2000-2013

ABSTRAK

Perkembangan bisnis kuliner meningkat semakin pesat. dengan banyak didirikan cafe, membuat konsep cafe disukai oleh masyarakat modern saat ini. kemudahan media sosial merupakan jalan alternatif untuk mempromosikan produk yang di tawarkan. salah satu media sosial yang efektif untuk berpromosi adalah instagram. instagram sebagai salah satu media sosial yang diminati karena memudahkan pengikutnya mengetahui hal terbaru. salah satunya Roti Bakar 88 Pasar Lama yang hadir dengan konsep cafe serta menu makanannya yang bervariasi dan menggunakan instagram sebagai media promosi. dengan ini bertujuan untuk mengetahui media sosial sebagai sarana promosi dalam upaya untuk menarik minat beli konsumen.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori promosi menurut Kotler dan Armstrong yaitu promosi diartikan sebagai kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk tersebut. serta memperhatikan bauran promosi. Penelitian ini menggunakan paradigma postpositivisme dengan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan Roti Bakar 88 Pasar Lama melalui media sosial Instagram untuk menarik minat beli yaitu strategi yang digunakan harus sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada. kemudian memperhatikan isi pesan dengan memperhatikan bahasa yang dipilih dibuat sederhana tetapi kalimatnya terkesan menarik. Memilih menggunakan gaya bahasa tersebut karena disesuaikan dengan target segmentasi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Roti Bakar 88 Pasar Lama (@rotibakarcom) melalui instagram sudah menarik minat beli konsumen untuk melakukan pembelian di Roti Bakar 88 Pasar Lama dengan memperhatikan waktu pemosting pada jam-jam tertentu. serta mempromosikan menu kuliner terbaru agar konsumen menyukai informasi kuliner yang disampaikan dengan demikian peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi promosi yang dilakukan Roti Bakar 88 Pasar Lama (@rotibakarcom) untuk menarik minat beli konsumen melalui media sosial instagram.

Kata Kunci : Promosi, Media Sosial Instagram, Cafe, Roti Bakar 88 @rotibakar88com.



University Mercu Buana Jakarta
Faculty Science Communication
Field of Study Advertising & Marketing Communication
Agnes Susilawati
44315010030

Title : Strategy Promotion Roti Bakar 88 Old Market Through
Media Social Instagram To Attract Interest Buying
Consumer In Year 2018.
Number of Pages : x +78 Pages + 22 Attachment
Bibliography : 23 Reference, Year 2000-2013

ABSTRACT

The development of culinary business is increasing rapidly. with many be founded cafes, making the concept of cafe preferred by modern society today. the ease of social media is an alternative way to promote the products offered. one of the effective social media to promote is Instagram. Instagram as a social media that is in demand because it makes it easy for followers to know the latest things. one of them is Roti Bakar 88 Pasar Lama which comes with a cafe concept and a varied food menu and uses Instagram as a promotional media. with this to study social media as a promotional tool to attract consumer buying interest.

In this study, researchers used promotion theory according to Kotler and Armstrong, which means promotion is defined as an activity that communicates product excellence and persuades consumers to buy the product. and pay attention to the promotion mix. This study uses the postpositivism paradigm with descriptive qualitative methods. Data collection techniques used are interviews and documentation. The results of the research show that the promotion strategy used by Roti Bakar 88 Old Market through social media Instagram to attract buying interest is the strategy used must be that are used in accordance with the existing environmental conditions. then pay attention to the contents of the message by paying attention to the chosen language made simple but the sentence seems interesting. Choose to use this style because it can be adjusted to target segmentation.

This study concludes that the promotion strategy undertaken by Roti Bakar 88 Pasar Lama (@rotibakarcom) through Instagram has attracted consumer buying interest to make purchases at Roti Bakar 88 Pasar Lama by paying attention to the posting times at certain hours. and promoting the latest culinary menu so that consumers like the culinary information that is delivered so that researchers are able to get an idea of the promotion strategy that is done by Roti Bakar 88 Pasar Lama (@rotibakarcom) to attract consumer buying interest through social media Instagram.

Keywords: Promotion, Instagram Social Media, Cafe, Roti Bakar 88 @ rotibakar88com.