

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Steak Ranjang Bandung”. Steak Ranjang adalah restoran yang pertama mengedepankan makanan steak yang menggunakan level pedes di setiap pemilihan menu steak.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang Strata 1 (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Humas (Hubungan Masyarakat) dan mengetahui strategi komunikasi pemasarn Steak Ranjang.

Metode Penelitian ini menggunakan deskriptif analisis, sedangkan teknik pengumpulan datanya adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara dan penyebaran angket. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Objek penelitian adalah Steak Ranjang. Subjek penelitiannya adalah orang-orang yang merupakan informan dimana dalam teknik pemilihan informannya adalah orang-orang yang dapat memberikan informasi mengenai bisnis makanan atau produk Steak Ranjang yaitu owner, karyawan Steak Ranjang dan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Steak Ranjang menjalankan strategi komunikasi pemasaran dengan strategi pemasaran, bauran pemasaran, bauran promosi, serta marketing langsung. Walaupun tidak semua elemen dari masing-masing sistem marketing yang ada, namun dari pembahasan dapat dilihat Steak Ranjang melakukan strategi pemasaran yang bagus dan baik.

Dari penelitian ini, peneliti menambahkan sebaiknya untuk memudahkan owner agar menciptakan inovasi-inovasi baru terhadap produk nya dibutuhkan diskusi antara owner dengan karyawan Steak Ranjang, serta owner memberikan evaluasi terhadap para karyawan agar nanti pada saat menghadapi konsumen para karyawan tidak melakukan kesalahan yang membuat nama dari Steak Ranjang menjadi kurang baik dimata publik.

ABSTRACT

This research titled "Marketing Communication Strategy In Improving Interest Of Consumers Steak Ranjang Bandung". Steak Ranjang is the first restaurant to emphasize spicy steaks in every steak menu selection.

The purpose of this research is as one of the requirements of the trial of Strata 1 (S1), Faculty of Social and Political Sciences Pasundan University Bandung, Department of Communication Studies, Public Relations Concentration (Public Relations) and know marketing communications strategy in Steak Ranjang.

The methods research uses descriptive analysis, while data collection techniques are literature study, observation, interview and questionnaire dissemination. Sample technique used in this research use accidental sampling technique. The object of research is Steak Ranjang. The research subjects are people who are informants where in the technique of selection of informants are people who can provide information about the food business or products Steak Ranjang Owner, Steak Ranjang employees and consumers.

The results showed that Steak Ranjang executed marketing communication strategy with marketing strategy, marketing mix, promotion mix, and direct marketing. Although not all elements of each existing marketing system, but from the discussion can be seen Steak Ranjang did a good marketing strategy and good.

From this research, the researcher added that it is better to facilitate the owner to create new innovations to his products needed discussion between the owner and the employees of Steak Ranjang, as well as the owner to give evaluation to the employees so that later on facing the consumers the employees do not make mistakes that make the name of Steak Ranjang become less good in the eyes of the public.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “Strategi Komunikasi Marketing mun Ngaronjatkeun Kapentingan Konsumen Steak Ranjang Bandung”. Steak Ranjang teh restoran munggaran nu nyimpen dahareun steak anu ngagunakeun tingkat pedas di unggal menu steak pamilihan.

Tujuan dina panalungtikan ieu the minangka salahsahiji sarat ujian sidang strata 1 (S1), Fakultas Ilmu sosial sarta Ilmu Pulitik Universitas pasundan Bandung, jurusan Ilmu Komunikasi, konsentrasi Humas (Hubungan Balarea) sarta terang strategi pamasaran Steak Ranjang.

Metoda panalungtikan anu dipake nyaeta studi deskriptif analisis, sedangkeun teknik pangumpulan datana nyaeta studi kepustakaan, observasi, wawancara sarta sumebarna angket. Tehnik sampel anu dipake dina panalungtikan ieu ngagunakeun teknik accidental sampling. Objek panalungtikan teh Steak Ranjang. Kapentingan panalungtikan nya nu urang anu informan nu tehnik pilihan informan anu leuwih bisa nyadiakeun informasi dina Steak Ranjang bisnis dahareun atawa produk nu boga, pagawe Steak Ranjang sarta konsumen.

Hasil panalungtikan nembongkeun Steak Ranjang ngaeksekusi marketing strategi komunikasi jeung strategi marketing, campuran marketing, campuran promosi, kitu oge pamasaran langsung. Sanajan henteu sakabeh unsur unggal sistim pamasaran, tapi tina sawalna nu bisa ditempo Steak Ranjang ngalakukeun strategi marketing alus tur hade.

Ti panalungtikan ieu, peneliti ditambahkeun kedah pikeun mempermudah boga dina raraga nyieun inovasi anyar pikeun diskusi produk diperlukeun na antara nu boga jeung karyawan Steak Ranjang, kitu oge boga nyadiakeun hiji evaluasi tina pagawe ambeh engke lamun nasabah nyanghareup karyawan ulah nyieun kasalahan nu ngadamel nami Steak Ranjang janten kirang alus di mata masarakat.