

RINGKESAN

Panaliti ieu judulna "STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNIKASI KOMUNIKASI KEBAB PREMIUM KABOB MENGIKUT INFAGRAM SOSIAL MEDIA". Tujuan sareng mangpaat tina ieu panalungtikan nya éta pikeun milarian strategi anu dilaksanakeun ku Kobs Premium Marketing Komunikasi Kobs dina ningkatkeun minat konsumen sareng penjualan.

Panaliti ieu ngagunakeun jinis panalungtikan kualitatif. Teknik pangumpulan data anu digunakeun dina ieu pangajaran nya éta panalungtikan pustaka sareng kajian lapangan, nyaéta observasi lapangan sareng wawancara anu jero. Seleksi informan anu dilakukeun ngaliwatan prosés observasi. Dina ulikan ieu, peneliti ngagunakeun Teori Komunikasi Marketing Terpadu salaku téori pikeun ngagambarkeun masalah dina panalungtikan, sareng Teori Campuran Marketing salaku Teori panalungtikan payung. Alatan éta tujuan pangajaran ieu nya éta pikeun milarian strategi Pariwisata, Hubungan Umum, Acara Béja sareng Promosi Penjualan Jualan anu dilakukeun ku Kabobs Premium Kebab. Jumlah informan dina ulikan ieu berjumlah 9, 6 narpayén informan anu konsumen Kobs Premium Kabobs, 2 informan utama anu komunikasi pamasaran Kobs Premium Kobs.

Dumasar kana hasil pangajaran, éta dicandak yén Kabobs Premium Kebab nganggo média sosial Instagram pikeun ngawangun kasadaran konsumen merekna. Strategi komunikasi pamasaran anu dilakukeun dina média sosial Instagram pohara menarik sareng efektif, produk anu ditepikeun ku Kabobs Premium Kebab cekap pikeun kabutuhan konsumen, pamasaran Kabobs Premium Kebab ngalangkungan eusi dina média sosial Instagram parantos suksés sareng narik perhatian seueur konsumen, tapi dina strategi Deui sponsor acara masih kénéh seueur konsumén anu henteu terang perkawis éta.

Anu hoyong disarankeun ku panaliti salaku input dumasar kana hasil panilitian anu dilakukeun, nyaéta yén Kabobs Premium Kebab tiasa ngoptimalkeun kagiatan strategi marketing dina média sosial Instagram khusus dina strategi Acara Sponsorship sahingga konsumen tiasa langkung percanten sareng satia kana Kabobs Premium Kebab.