

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki judul “Strategi Promosi Chili Kitchen Melalui Media Sosial Instagram”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi promosi chili kitchen melalui media sosial instagram. Penelitian ini menggunakan teori Integrated Marketing Communication dari Terence A. Shimp, oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Periklanan (Advertising), Promosi Penjualan (Sales Promotion), Hubungan Masyarakat (Public Relations), Penjualan Perorangan (Personal Selling), Sponsor Acara (Event Sponsorship).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan tiga cara yaitu wawancara, observasi, dokumentasi untuk memperlengkap data peneliti menggunakan kajian literatur dan internet. Rancangan analisis data pada penelitian ini dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian pada penelitian ini mengenai strategi promosi Chili Kitchen melalui media sosial instagram yaitu dalam strategi Advertising Chili Kitchen menggunakan instagram sebagai media untuk mempromosikan produk – produknya. Strategi Sales Promotion yang dilakukan oleh Chili Kitchen dengan cara memanfaatkan fitur – fitur pada instagram. Strategi Public Relations yang dilakukan oleh Chili Kitchen dengan cara berinteraksi dengan pengikut pada akun instagramnya. Strategi Personal Selling yang dilakukan oleh Chili Kitchen dengan menggunakan fitur live pada instagram. Strategi Event Sponsorship yang dilakukan oleh Chili Kitchen dengan menjadi sponsor pada suatu acara hal tersebut dapat membuat Chili Kitchen dapat dikenal oleh masyarakat.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Media Sosial Instagram, Chili Kitchen

ABSTRACT

This research is entitled "Chili Kitchen Promotion Strategy Through Instagram Social Media". The purpose of this study is to find out how chili kitchen promotion strategy through social media instagram. This research uses the theory of Integrated Marketing Communication from Terence A. Shimp, therefore the purpose of this study is to find out Advertising (Advertising), Sales Promotion (Sales Promotion), Public Relations (Public Relations), Individual Sales (Personal Selling), Event Sponsorship (Event Sponsorship).

The research method used in this research is a qualitative research method with a descriptive approach. Data collection techniques in this study with events, namely interviews, observations, documentation to complete the researcher's data using literature and internet studies. The design of data analysis in this study with data reduction, data presentation and conclusion draw.

The results of this research on Chili Kitchen's promotional strategy through instagram social media are in the Strategy advertising Chili Kitchen using Instagram as a medium to promote its products. Sales Promotion strategy carried out by Chili Kitchen by utilizing the features on Instagram. Public Relations strategy carried out by Chili Kitchen by interacting with followers on his Instagram account. Personal Selling Strategy carried out by Chili Kitchen by using the live feature on Instagram. The Sponsorship Event Strategy carried out by Chili Kitchen by sponsoring an event can make Chili Kitchen can be known by the public.

Keywords : Promotional Strategy, Instagram Social Media, Chili Kitchen

RINGKESAN

panalungtikan ieu anu judulna "Strategi Promosi Dapur Chili Lewat Media Sosial Instagram" Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha strategi promosi dapur cabe ngaliwatan média sosial Instagram. Promosi (Sales Promotion), Humas (Public Relations), Penjualan Pribadi (Personal Selling), Acara Sponsor (Event Sponsorship).

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta métode panalungtikan kualitatif kalawan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data dina ieu panalungtikan dilaksanakeun ku tilu kajadian, nya éta wawancara, observasi, jeung dokuméntasi pikeun ngalengkepan data panalungtik ngagunakeun talaah pustaka jeung internét. Desain analisis data dina ieu panalungtikan nya éta reduksi data, penyajian data jeung penarikan kacindekan.

Hasil tina ieu panalungtikan nya éta ngeunaan strategi promosi Dapur Cabe ngaliwatan média sosial Instagram, nya éta dina strategi Iklan Dapur Cabe ngagunakeun Instagram salaku média promosi produkna. Strategi Promosi Penjualan dilaksanakeun ku Chili Kitchen ku ngamangpaatkeun fitur-fitur dina Instagram. Strategi Humas anu dilakukeun ku Chili Kitchen nyaéta ku cara berinteraksi sareng pengikut dina akun Instagram na.Strategi Penjualan Pribadi dilaksanakeun ku Chili Kitchen ku ngagunakeun fitur live on Instagram. Strategi Sponsor Acara anu dilakukeun ku Chili Kitchen ku cara ngasponsoran hiji acara tiasa ngajantenkeun Chili Kitchen dikenal ku masarakat.

Kata Konci : Strategi Promosi, Média Sosial Instagram, Dapur Cabe