

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsetrasi *Public Relations*

Sovia Febriana Wiranti (20110530167)

“STRATEGI PROGRAM “*DIRECT BRANDING*” CUBIC KITCHEN AND BAR DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG”

Tahun Skripsi : 2015 + 135 hal + Daftar Kepustakaan : 20 Buku + 2 jurnal + 4 Sumber Online

Strategi promosi yang dilakukan Cubic *Kitchen and Bar* adalah program *direct branding*. Program *direct branding* merupakan kegiatan membagikan *flyer* secara langsung dan tatap muka yang dilakukan oleh Cubic *Kitchen and Bar* dengan penjelasan dan memberikan informasi yang disertai dengan *personal selling* kepada konsumen. *Direct branding* merupakan program unggulan Cubic *Kitchen and Bar* yang berbeda dengan program *cafe* lainnya, karena dengan program *direct branding* mampu meningkatkan jumlah pengunjung Cubic *Kitchen and Bar*.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dimana data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tujuan penelitian ini secara umum bertujuan untuk mendeskripsikan strategi program *direct branding* yang telah dijalankan Cubic *Kitchen and Bar*, serta mengetahui apa yang menjadi kendala pada program *direct branding*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi program *direct branding* yang dilakukan Cubic *Kitchen and Bar* untuk meningkatkan jumlah pengunjung dikatakan berhasil. Terbukti dengan jumlah pengunjung mengalami peningkatan yang signifikan sejak awal buka pada tanggal 1 Juni 2014, peningkatan pengunjung jika dipresentasikan mencapai 90% secara periodik. Pengunjung yang datang pada hari Senin hingga Jumat mencapai lebih dari 100 orang perhari, dan pada hari Sabtu hingga Minggu mencapai lebih dari 300 orang pengunjung perhari.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Cubic *Kitchen and Bar*

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Departement of Communications Studies

Concentration of Public Relations

Sovia Febriana Wiranti (20110530167)

“DIRECT BRANDING STRATEGY OF CUBIC KITCHEN AND BAR TO INCREASE VISITOR”

Thesis Year : 2015 + 135 Pages + Resource Library : 20 Books + 2 journals + 4 Online Sources

Promotion strategy Cubic Kitchen and Bar is a direct branding program. Direct branding program is an activity directly distributing flyers and face to face made by Cubic Kitchen and Bar with explanation and information, along with personal selling to consumers. Direct branding is an excellent program Cubic Kitchen and Bar are different from other cafe program, due to the direct program branding can increase the number of visitors Cubic Kitchen and Bar.

In this research method used is descriptive qualitative, where the data obtained through observation, interview and documentation. The purpose of this study aims to describe the general promotion strategy that has run Cubic Kitchen and Bar, and to know what the problem direct branding program.

These results indicate that the direct program branding strategy undertaken Cubic Kitchen and Bar to increase the number of visitors is successful. Evidenced by the number of visitors has increased significantly since the beginning opened on June 1, 2014, the increase in visitors if it percentaged is up to 90% periodically. Visitors who come on Monday until Friday reached more than 100 people /day, and on Saturday until Sunday reached more than 300 visitors /day.

Keyword: Strategy, Promotion, Cubic Kitchen and Bar