

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis khususnya kuliner semakin pesat ditandai dengan banyaknya bisnis cafe dan kuliner di Yogyakarta. Salah satu cafe atau kedai es krim yang juga menjadi pelopor kedai es krim di Yogyakarta adalah OldDish Tip Top. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran melalui media sosial instagram dalam mengingatkan kembali merek produk es krim OldDish Tip Top 1936 di Yogyakarta. Konsep *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, place* dan *promotion* digunakan sebagai acuan pada penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan observasi, dokumentasi dan wawancara sebagai data primer serta studi pustaka berupa data dari buku, literatur, website, dan dokumentasi sebagai data sekunder. Objek pada penelitian ini yaitu kedai es krim OldDish Tip Top. Uji validitas yang dilakukan menggunakan teknik triangulasi, membandingkan dan mengecek ulang data yang didapat dari sumber. Hasil penelitian yang diperoleh menyimpulkan bahwa tujuan OldDish Tip Top untuk mengingatkan kembali kepada konsumen tentang merek produk es krim OldDish Tip Top melalui media sosial instagram dinilai berhasil dilihat dari peningkatan jumlah *followers*, meningkatnya jumlah pengunjung yang datang dan peningkatan penjualan produk.

Kata kunci : komunikasi pemasaran, instagram, mengingatkan kembali

ABSTRACT

The development of the business world in particular culinary rapidly growth characterized by the large number of business and culinary cafe at Yogyakarta. One of the ice cream shop or cafe that also became a pioneer of ice cream stalls in Yogyakarta is a OldDish Tip Top. The purpose of this research was to analyze communication strategies through social media marketing in instagram reminds re-brand products ice cream OldDish Tip Top 1936 in Yogyakarta. The concept of the marketing mix that consisted of product, price, place and promotion is used as a reference on this research. Research methods used in this research is descriptive qualitative observation, documentation and interviews as the primary data and the study of literature in the form of the data of books, literature, website, and documentation as secondary data. Research on the object store ice cream OldDish Tip Top. The validity of a test is done using the technique of triangulation, compare and check the data obtained from the source. Research results are obtained at concluded that the purpose of OldDish Tip Top to remind consumers about the brand back to product OldDish Tip Top ice cream through social media instagram rated successfully seen from the increasing number of followers, the growing number of visitors who come and increase product sales.

Keywords: marketing communications, instagram, reminder