

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul “**Strategi *Marketing Public Relation* Dalam Memperkuat *Positioning* Produk Makanan Kecil Bakpia Djawa Di Kota Yogyakarta**”. Bakpia Djawa Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan makanan bakpia khas Yogyakarta yang mempunyai konsep penggabungan antara unsur makanan oleh-oleh dan budaya khas Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *marketing public relation* dalam memperkuat *positioning* produk makanan kecil bakpia djawa di Kota Yogyakarta, dimana hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat usaha makanan bakpia di Yogyakarta.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, menggunakan metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk mengembangkan konsep-konsep, menghimpun fakta, tetapi penelitian ini tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (anggapan sementara) berdasarkan teori-teori tertentu. Pada penelitian ini data diperoleh melalui wawancara dan observasi dan studi pustaka. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif, dan disajikan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis.

Strategi yang digunakan oleh *Marketing Public Relations* Bakpia Djawa Yogyakarta untuk menghadapi permasalahan tersebut adalah strategi ditujukan ke dalam perusahaan strategi yang ditujukan ke dalam perusahaan bertujuan untuk memperkuat pola kerja yang bagus sehingga terjalin hubungan dan iklim kerja yang kondusif. Strategi yang ditujukan ke luar perusahaan bertujuan untuk membuat *image* yang baik di masyarakat, dan untuk menarik minat konsumen terhadap produk yang ada yaitu dengan menggunakan pendekatan personal, membangun jalinan yang baik dengan media, menggunakan alat-alat pendukung pemasaran yaitu brosur, spanduk, leaflet, untuk menumbuhkan citra yang baik atau citra positif dengan kegiatan sosial. Strategi yang digunakan *Marketing Public Relations* Bakpia Djawa Yogyakarta sudah efektif, yang dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah konsumen dan langganan yang terus bertambah.

ABSTRACT

The study is titled "Marketing Strategies Public Relations Strengthens Product Positioning In Small Food Bakpia Djava In The City of Yogyakarta". Bakpia Djava Yogyakarta is one of Yogyakarta bakpia food companies that have a concept of a merger between the elements of food for souvenirs and distinctive culture of Yogyakarta. This study aims to determine the marketing strategy of public relations in strengthening product positioning bakpia djava snacks in the city of Yogyakarta, where this is done to face the competition is quite tight diusaha bakpia food in Yogyakarta.

This type of research conducted is qualitative research, using research methods used is descriptive research method that is research that seeks to mengembangkan concepts, gather the facts, but the study was not intended for testing the hypothesis (assuming temporarily) based on certain theories. In this study the data obtained through interviews and observation and literature study. The data obtained were analyzed qualitatively, and are presented in the form of a description in detail and systematically arranged.

Marketing strategies used by the Public Relations Bakpia Djava Yogyakarta to confront these problems is a strategy directed to the company's strategy is aimed into the company aims to strengthen the good work patterns so intertwined relationships and a conducive working climate. Strategies intended to outside the company aims to create a good image in society, and to attract consumers to the existing product is by using a personalized approach, building good fabric with the media, using the tools of marketing support that is brochures, banners, Leflet, to cultivate a good image or a positive image with social activities. The strategy used Bakpia Djava Marketing Public Relations Yogyakarta have been effective, as evidenced by the increasing number of consumers and customers who continue to grow.