

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Café Tuan Muda dalam menarik minat konsumen. Bisnis kuliner adalah bisnis yang menguntungkan karena semua orang membutuhkan makan. Kondisi tersebut menimbulkan persaingan antar café yang semakin ketat untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah Café Tuan Muda Yogyakarta. Tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan “Strategi Marketing Communication yang digunakan Café Tuan Muda dalam menarik minat konsumen”, untuk mengetahui upaya apa saja yang digunakan Café Tuan Muda dalam meraih konsumen dan media apa yang digunakan untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran tersebut. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan penelitian jenis kualitatif. Data diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan marketing komunikasi sebagai key informan. Juga didukung dengan dokumentasi dan observasi. Data yang diperoleh dijelaskan secara kualitatif dan dijelaskan dalam bentuk uraian yang disusun secara detail dan sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Café Tuan Muda dalam menjalankan kegiatan strategi komunikasi pemasaran menggunakan beberapa elemen yang ada dalam promotion mix, yaitu Advertising, Sales Promotion, Direct Marketing dan Word Of Mouth (getok tular). Kegiatan Advertising dilakukan dengan memanfaatkan poster dan baliho sebagai media komunikasi yang dilakukan dapat lebih komunikatif. Pada tahapan sales promotion, perusahaan menggunakan diskon bagi para konsumen berdasarkan momentum dan juga beberapa potongan harga untuk lebih menarik konsumen. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah jika dilihat dari strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan sudah cukup berjalan dengan baik, yaitu dengan menggunakan konsep dan teori dalam komunikasi pemasaran yaitu promotion mix. Target konsumen yang ingin dicapai juga sudah mengalami peningkatan di setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa program-program promosi yang dijalankan Café Tuan Muda sudah cukup baik.