

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *COKRO TELA CAKE*
DALAM MENARIK DAN MEMPERTAHANKAN KONSUMEN

Skripsi



Oleh

MARLENE DJUANNA AZIKIN PUTRI

NIM. 153080011

Diajukan

Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"

Yogyakarta

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

YOGYAKARTA

2012

ABSTRAK

Cokro Tela Cake merupakan toko oleh-oleh yang berada di Yogyakarta. *Cokro Tela Cake* memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan toko oleh-oleh yang lain. Perbedaannya adalah toko oleh-oleh *Cokro Tela Cake* ini memproduksi *cake* yang menggunakan singkong asli yang memiliki kandungan gizi yang tinggi dan baik untuk kesehatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran *Cokro Tela Cake* dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan studi pustaka. Validitas data yang digunakan adalah dengan menggunakan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran *Cokro Tela Cake* menggunakan *advertising, personal selling, sales promotion, public relations, customer relationship management, direct marketing*, dan internet sebagai komunikasi pemasaran. Strategi yang sudah digunakan oleh *Cokro Tela Cake* kurang berhasil dijalankan karena strategi tersebut masih standar sama seperti strategi-strategi yang dilakukan oleh toko oleh-oleh yang lainnya dan belum adanya strategi yang berbeda dan unik yang membedakan strategi *Cokro Tela Cake* dengan strategi toko oleh-oleh yang lain.

Kata kunci: *Cokro Tela Cake*, Komunikasi Pemasaran

ABSTRACT

Cokro Tela Cake is a souvenir shop in Yogyakarta. *Cokro Tela Cake* is unique compared to the gift to another shop. The difference is that this cake is produced using native cassava which has high nutrient and good for health. The purpose of this study was to determine the marketing of communications strategy of *Cokro Tela Cake* in attracting and retaining customers. This research uses descriptive qualitative research. Techniques of data collection obtained from interviews, observations, and literature. The validity of the data used is triangulation data. The results showed that the marketing communication strategy *Cokro Tela Cake* using *advertising, personal selling, sales promotion, public relations, customer relationship management, direct marketing, and internet* as a marketing communication. The strategy has been used by *Cokro Tela Cake* less successfully executed because the strategy is still the same standards as the strategies carried out by souvenir shops and the absence of other different and unique strategies that differentiate strategies *Cokro Tela Cake* with souvenir shop strategy the other.

Keywords: Cokro Tela Cake, marketing communication