



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

20%

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author:	Eno Framita	SIMILARITY INDEX
Assignment title:	JURNAL	
Submission title:	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RESTORAN SUKIBANG ...	
File name:	Eno_Framita_Jurnal_1702055046.doc	
File size:	135K	
Page count:	11	
Word count:	3,112	
Character count:	21,062	
Submission date:	15-Aug-2023 11:07AM (UTC+0700)	
Submission ID:	2146054007	



Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A
NIP.19631222 199002 1 001

eJournal Ilmu Komunikasi, 2023, 11 (4): 117-127
ISSN: 2502-597x (online), ISSN 2502-5961 (print), <https://ejournal.ikom.fisip-unmul.ac.id/iste/>
© Copyright 2023

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN RESTORAN SUKIBANG DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK SUKI PASCA PANDEMI COVID-19

Eno Framita¹, Rina Juwita², Adietya Arie Hetami³

Abstrak

Strategi komunikasi pemasaran berperan penting dalam perusahaan sebagai upaya agar dapat menarik perhatian pembeli untuk melakukan tindakan atau mengambil sebuah keputusan melalui proses komunikasi berdasarkan model komunikasi pemasaran. Model komunikasi pemasaran terdiri dari delapan model yaitu, *advertising, sales promotion, event experience, public relation and publicity, direct marketing, interactive marketing, word of mouth marketing, dan personal selling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara serta menggunakan teknik analisa data menurut Miles & Huberman. Penelitian ini terdiri dari beberapa informan yaitu, pimpinan Restoran Sukibang, kasir dan konsumen Restoran Sukibang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Restoran Sukibang menggunakan empat model komunikasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan pasca pandemi covid-19 yaitu, *advertising, sales promotion, interactive marketing, dan word of mouth marketing*. Strategi yang digunakan oleh Restoran Sukibang cukup efektif dalam meningkatkan penjualan pasca pandemic covid-19 akan tetapi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan serta kesadaran merek pada Restoran Sukibang contohnya, dapat menggunakan media social lainnya selain instagram dan bekerjasama dengan grabfood dan gofood.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Meningkatkan Penjualan, Pandemi, Restoran Sukibang

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nama_pengarang@gmail.com

² Dosen Pembimbing I dan staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nama_dosen@gmail.com

³ Dosen Pembimbing II dan staf Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nama_dosen@gmail.com