

ABSTRAK

Skripsi berjudul Perancangan Promosi Cafe Jifast ini ditulis oleh Alike Fifi Arafiah, NIM 1601170359, dengan pembimbing Sri Nurbani, S.Pd., M.Hum serta Apsari Wiba Pamela, S.Ds., M.Ds. Latar belakang dari penelitian skripsi ini berasal dari fenomena perubahan perilaku konsumen baik secara selera maupun kebiasaan belanja, serta marketing di masa modern. Zaman dan teknologi yang terus berkembang mempengaruhi pandangan dan kebiasaan masyarakat dalam memilih produk, jasa, atau bahkan suatu pesan. Perilaku konsumen berkembang seiring dengan berjalannya waktu dikarenakan oleh berbagai faktor seperti perubahan kebudayaan, teknologi, dan perubahan kondisi ekonomi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif, jenis metode yang menggunakan data non-numerik dan dijelaskan secara deskriptif, serta kerap digunakan untuk menganalisa fenomena sosial dan psikologis. Pengumpulan data untuk jenis penelitian ini umumnya berupa kuesioner, wawancara, serta studi pustaka. Sementara rumusan masalah dari penelitian ini adalah: 1. Bagaimana merancang pesan iklan Jifast yang sesuai dengan target audiens untuk menaikkan penjualan 2. Bagaimana merancang strategi visual media Jifast yang sesuai dengan target audiens untuk memperluas jangkauan brand Jifast. Perancangan karya untuk promosi ini berfokus pada strategi dan jenis karya yang bertujuan untuk menginformasikan potensial konsumen tentang keberadaan kafe Jifast dan menu yang dijual, serta memberikan insentif kepada konsumen untuk berkunjung ke kafe melalui konten sosial media, promosi diskon, kupon, video, dsb.

Kata kunci: Promosi, sosial media, perubahan perilaku belanja, merancang pesan iklan, deskriptif kualitatif.

