

ABSTRAK

Aisa Setiawati, S.I.Kom. 92621032

BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN WARUNG MAKAN MADUN OSENG NYAK KOPSAH MELALUI AKUN TIKTOK @MADUNOSENGOENG DALAM MEMPROMOSIKAN KULINER ASLI INDONESIA.

Kuliner Indonesia adalah hasil budaya multikultural yang tersebar di 38 provinsi. Kuliner khas Betawi menonjol sebagai salah satu yang menarik karena nilai historis dan sosialnya yang tinggi dalam perkembangan budaya dan sejarah Indonesia, namun eksistensinya mulai tersisih. Warung makan Madun Oseng Nyak Kopsah adalah warung makan yang menyajikan menu khas Betawi dan menu rumahan lainnya. Warung yang dirintis sejak tahun 1997 itu kini melakukan inovasi dengan menggunakan media sosial tiktok sebagai media promosinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Bauran Komunikasi Pemasaran Warung Makan Madun Oseng Nyak Kopsah Melalui Akun Media Sosial Tiktok @madunosengoseng dalam Mempromosikan Kuliner Asli Indonesia. Penelitian ini melakukan analisis dengan menggunakan teori Bauran Komunikasi Pemasaran dan Model AIDDA. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan telusur online. Hasil penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan melalui akun tiktok @madunosengoseng yaitu melalui konten-konten yang temanya mengandung delapan elemen komunikasi pemasaran terpadu. Konten-konten yang diunggah tidak hanya memberikan informasi mengenai menu makanan, namun juga konten-konten yang sifatnya menghibur, salah satunya konten yang menampilkan sosok Nyak Kopsah. Strategi promosi yang dilakukan melalui akun tiktok @madunosengoseng berhasil membuat kuliner khas Betawi kembali dikenal dan digemari masyarakat luas.

Kata kunci: Bauran Komunikasi Pemasaran, AIDDA, Promosi, Media Sosial, Kuliner Indonesia

LXXVI + 74 Halaman + 8 Lampiran + 16 gambar + 3 tabel

Daftar Pustaka (1981 - 2022)