

## ABSTRACT

Irwan Prasetyo, Communication Science Study Program, Faculty of Social, Politic, and Computer Sciences, Djuanda University, 2023. Analysis of Marketing Communication Strategies Using the Shopee Food Application in Increasing Sales Volume. Supervisor I, Dr. H. Muhammad Luthfie, Drs., M.Si, Supervisor II, Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, SP., M.Si.

Marketing communication is a means by which companies try to inform, persuade and remind consumers directly or indirectly about the products and brands sold. Shopee Food is a favourite service feature of Shopee. Shopee only serves restaurants that have collaborated with Shopee and registered on the application. Thus, it is safer and more reliable. Shopee Food is a food delivery service that can be accessed using the Shopee application.

This study aimed to determine whether marketing communication strategies using Shopee Food applications can increase sales volume to culinary entrepreneurs in Bogor City. The type of research is descriptive qualitative research. The method used was survey research with a qualitative approach. Data collection techniques include Literature Studies and Field Studies (Interviews, Selection of Resource Persons, and Observations).

The findings of the study demonstrate that marketing communication strategies using the application Shopee food are significant enough to increase sales levels. The survey findings also demonstrate that Interactive Sales and Marketing Promotions carried out by business actors from previously only selling food offline can increase sales after using the application Shopee food.

Keywords: Marketing Communications; Social Media; Promotion Strategy.



## **ABSTRAK**

Irwan Prasetyo, Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda, 2023. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Aplikasi Shopee Food Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Pembimbing I, Dr. H. Muhammad Luthfie, Drs., M.Si, Pembimbing II, Dr. Ali Alamsyah Kusumadinata, SP., M.Si.

Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Shopee Food merupakan sebuah fitur layanan favorit dari Shopee. Shopee hanya melayani restoran yang sudah bekerjasama dengan Shopee dan terdaftar pada aplikasi. Sehingga lebih aman dan terpercaya. Shopee Food adalah layanan pesan antar makanan yang dapat diakses dengan menggunakan aplikasi Shopee.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran dengan menggunakan aplikasi Shopee Food dapat meningkatkan volume penjualan pada pengusaha kuliner di Kota Bogor. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian ini menggunakan penelitian survey dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa Studi Kepustakaan dan Studi Lapangan (Wawancara, Pemilihan Narasumber, dan Observasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran menggunakan aplikasi Shopee Food cukup signifikan untuk meningkatkan volume penjualan, hasil penelitian juga menunjukkan Promosi Penjualan dan Pemasaran Interaktif yang dilakukan oleh pelaku usaha dari sebelumnya hanya menjual makanan offline dapat meningkatkan penjualan setelah menggunakan aplikasi Shopee Food.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran; Media Sosial; Strategi Promosi