

ABSTRAK

Ghani, Amri, 2018. *Komunikasi Pemasaran UD Lapar Sehat Jember Dalam Meningkatkan Minat Memilih Makanan Organik*. Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Dr. Juariyah, M. Si.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, UD Lapar Sehat, Makanan Organik*

Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyampaikan informasi, mempengaruhi khalayak untuk dapat menarik minat konsumen. Jadi perusahaan dituntut harus dapat mengkomunikasikan produknya agar dapat meyakinkan konsumennya. UD Lapar Sehat adalah salah satu UMKM di Jember, yang merupakan sebuah bisnis *repacking* makanan-makanan organik. Lokasi penelitian bertempat di Jalan Sriwijaya Perum Graha Permata Indah B25, Kranjungan, Kec. Sumbersari, Kab. Jember. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui berbagai tahapan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UD Lapar Sehat ditemukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UD Lapar Sehat adalah 1) UD Lapar Sehat mengiklankan produk mereka melalui media sosial, 2) UD Lapar Sehat menggunakan pemasaran langsung melalui event, 3) Penggunaan media online sebagai pemasaran interaktif UD Lapar Sehat, 4) UD Lapar Sehat memberikan potongan harga sebagai bagian dari promosi penjualan, 5) Membangun Citra dan Publikasi sebagai bagian dari kegiatan Humas UD Lapar Sehat, dan 6) UD Lapar Sehat menggunakan *Personal Branding* sebagai bagian dari penjualan personal.

ABSTRACT

Ghani, Amri, 2018. *Marketing Communication UD Lapar Sehat Jember in Increasing Interest in Choosing Organic Food.* Essay, Science Communication Program, Faculty Of Social Science And Political Science, University Muhammadiyah Jember. Mentor: Dr. Juariyah, M. Si

Keyword: *Marketing Communication, UD. Lapar Sehat, Organic Food*

Marketing communication is a marketing activity that tries to convey information, influences the audience to attract consumers. So companies are required to be able to communicate their products in order to convince their customers. UD Lapar Sehat is one of the UMKM in Jember, which is a repacking business of organic foods. The research location is located at Jalan Sriwijaya Perum Graha Permata Indah B25, Kranjungan, Kec. Sumbersari, Kab. Jember. This study uses descriptive qualitative methods through various stages, namely observation, interviews and documentation. From the results of research on marketing communication strategies carried out by UD Lapar Sehat, it was found that the marketing communication strategy undertaken by UD Lapar Sehat is 1) UD Lapar Sehat advertises their products through social media, 2) UD Lapar Sehat uses direct marketing through events, 3) The use of online media as UD Lapar Sehat's interactive marketing, 4) UD Lapar Sehat provides price discounts as part of sales promotions, 5) Building Image and Publication as part of UD Lapar Sehat's PR activities, and 6) UD Lapar Sehat uses Personal Branding as part from personal sales.