

# **STRATEGI KOMUNIKASI BERBASIS BUDAYA PADA CAFE BURJO BORNEO DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

**Yohanes ilham**

**17071151**

[Ilhamn729@gmail.com](mailto:Ilhamn729@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan penjualan dan strategi komunikasi suatu perusahaan dalam mengenalkan budaya Dayak dan kuliner budaya Dayak kepada khalayak banyak yang mana hal ini menyangkut dengan kondisi sosial suatu budaya dan kuliner dapat menggambarkan suatu persepsi yang berbeda-beda dari khalayak yang datang tentang suatu budaya, kuliner dan kondisi sosial budaya tersebut. Penelitian ini menunjukkan kepada anda bahwa kuliner yang membawa budaya dalam segi peningkatan penjualan banyak mengandung unsur lain sebagai pendukung yang dapat menarik banyak khalayak seperti mengikuti *trend* masa kini dan kondisi yang atau suasana pada usaha kuliner yang dibuat lebih *modern* di mana hal tersebut dapat lebih baik dalam peningkatan penjualan suatu perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan kepada anda bahwa usaha kuliner yang membawa budaya kedalamnya sangat mempengaruhi nilai jual dan peningkatan penjualan dan hal lain yang dapat di ambil nilai positifnya yang mana café burjo borneo juga memanfaatkan promosi tempat dan kondisi melalui media sosial pelanggan dan dari penelitian ini juga anda dapat mengetahui mengenai komunikasi bisnis dan keuntungan dalam melakukan pada perusahaan kuliner anda. Usaha kuliner yang membawa budaya di dalamnya sangat berpengaruh terhadap pandangan semua khalayak yang datang berkunjung dari hal ini café burjo borneo meberikan pelayanan yang sangat baik kepada pelanggan yang mana hal tersebut dapt mengubah persepsi pelanggan kepada budaya Dayak tentang sifat sosial suatu budaya.

Kata kunci: **Kuliner, Budaya Dayak, Strategi komunikasi, Peningkatan Penjualan**

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the increase in sales and communication strategies of a company in introducing Dayak culture and *Dayak* culinary culture to a large audience which is related to the social conditions of a culture and culinary can describe a different perception of the audience who comes about a culture, culinary and socio-cultural conditions. This research shows you that culinary culture that brings culture in terms of increasing sales contains many other elements as supports that can attract many audiences such as following current trends and conditions or the atmosphere in culinary businesses that are made more modern where it can be better in increase in sales of a company. The results of this study show you that the culinary business that brings culture into it greatly affects the selling value and increase in sales and other things that can be taken as positive values are *Cafe Burjo Borneo* also take advantage of the promotion of places and conditions through customer social media and from this research you also can find out about business communication and the benefits of doing it for your culinary company. Culinary business that brings culture in it is very influential on the views of all audiences who come to visit. From this case, *Cafe Burjo Borneo* provides excellent service to customers, which can change customer perceptions of *Dayak* culture about the social nature of a culture.

**Keywords: Culinary, Dayak Culture, Communication Strategy, Sales Increase**