

**Strategi Komunikasi Pemasaran Etnik Coffee Purwokerto dalam
Meningkatkan Minat Beli Konsumen Tahun 2021-2022**



**Rizqi Adi Rahmanto
20170530135**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ETNIK COFFEE
PURWOKERTO DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
TAHUN 2021-2022**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Disusun oleh

Rizqi Adi Rahmanto

20170530135

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Rizqi Adi Rahmanto

NIM : 20170530135

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Etnik Coffee Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Tahun 2021-2022” Merupakan hasil karya saya. Sumber yang dirujuk dan dikutip telah dinyatakan dengan benar dan jelas. Penelitian saya dapat dipertanggungjawabkan apabila dikemudian hari skripsi ini adalah plagiat dari orang lain dan saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis



Rizqi Adi Rahmanto

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrohim

Ucapan rasa syukur kepada Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang serta sholawat kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wa Sallam dengan segala jerih payah dan perjuangan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang akan saya persembahkan kepada:

“Kedua orang tua saya, Ibu Eti Rahmawati dan Bapak Suryowinarto serta Ilham Rafiq W. adik yang saya banggakan, Prima Dhea Fredlina, support system yang selalu ada membantu saya, dan juga teman-teman yang juga selau menyemangati saya”

KATA PENGANTAR

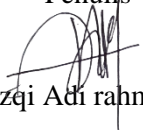
Alhamduillah penelitian skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Etnik Coffee Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Tahun 2021-2022” telah selesai. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tak mungkin selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan doa pihak-pihak yang telah mendukung saya untuk menyelesaikannya. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1).
2. Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam sebagai panutan dan sebagai pemberi syafaat di yaumul akhir nantinya, aamiin.
3. Kedua orang tua saya, Ibu Eti Rahmawati dan Bapak Suryowinarto yang selalu memberikan doa, semangat, bimbingan serta segala upaya agar dapat menjadikan diri saya seperti sekarang.
4. Pembimbing yang selalu sabar dan semangat membimbing saya dari awal hingga sampai di titik ini yaitu Ibu Sovia Sitta Sari, M.Si
5. Terima kasih juga kepada dosen penguji 1 dan 2 Bapak Aswad Iskhak, S.IP, M.Si dan Dr.Zein Muffarih M., M.I.Kom. Karena telah meluangkan waktunya dan bersedia menguji seminar proposal dan juga sidang pendaran saya serta telah memberikan kritik dan saran yang membangun hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh jajaran Tata Usaha yang telah membantu administrasi saya baik saat kuliah maupun menuju tahap akhir saya selama di Fakultas ini dan juga jajaran dosen-dosen yang telah memberikan saya ilmu yang tentunya bermanfaat bagi hidup saya.
7. Kepada Jovand Andira, Ilham Basri dan Jajaran dari Team Etnik Coffe, saya mengucapkan banyak terimakasih, stanpa bantuan dan kerendahan hati kalian dalam memberikan informasi maka skripsi ini tidak akan selesai.
8. Tak lupa ucapkan terima kasih juga saya ucapkan kepada teman-teman Mako : Pandu, Ciblek, Giduk, Gendon, Kemal, Renggol, Nanda, Tambol, Tekek, Gosong, Piyan, Ucil karena tanpa omongan nylekit mereka skripsi ini tidak akan berjalan dan tidak akan selesai
9. Kepada Rizqi Naufal, Muhammad Basalamah, Ichwanul, Faradiskha, Laely Nur, Nadia Husna, Junet, hamud, Naufal Alya dan team Antti Brio Saya juga berterima kasih karena tanpa kalian saya tidak ada hiburan dan semangat untuk mengerjakan skripsi saya.
10. Sobat Prima dhe fredlina, Ficki dwi, Pandu Prasetya, mas heri, yang selama ini selalu mengingatkan saya untuk segera mengerjakan skripsi dan selalu support disaat saya membutuhkan.
11. Teman-Teman dari ASTROBIKE, mas syahrul, mba azizah, yang memberi izin dan memberi support, serta mba aliya, latifa, ofif, yang memberikan semangat serta Ma'ruf dan Sofian yang sama-sama berjuang hingga skripsi selesai.

Yogyakarta, 20 Januari 2023

Penulis


Rizqi Adi rahmanto

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABTRACT.....	xiv
BAB I (PENDAHULUAN)	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaar Praktis	7
E. Kerangka Teori	7
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	7
2. <i>Segmentasi, Targeting, Positioning</i>	10
2.1 Segmentasi (<i>segmentation</i>).....	10
2.2 Target (<i>Targeting</i>)	11
2.3 Posisi (<i>Positioning</i>).....	13
3. Bauran Pemasaran	13
4. Minat Beli.....	15
F. Metode Penelitian	17
1. Jenis Penlitian.....	17
2. Informan Penelitian	19
3. Pengumpulan Data.....	19
4. Teknis Analisis Data.....	20
a. <i>Data Reduction</i> (Reduksi Data)	21
b. <i>Data Display</i> (Penyajian Data)	21
c. <i>Verification</i> (Verifikasi/Penarikan Kesimpulan).....	22
BAB II (GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN)	24
A. Sejarah Kopi di Indonesia.....	24
B. Perkembangan Bisnis Kopi di Indonesia	25
C. Sejarah Etnik Coffee.....	28
D. Profil Etnik Coffee	29
E. Subjek Penelitian	29
F. Struktur Organisasi Etnik Coffee	30
G. Produk Unggulan Etnik Coffee	30
H. Harga Produk Etnik Coffee	31
I. Lokasi Etnik Coffee.....	32
J. Media Promosi Etnik Coffee	33
BAB III (SAJIAN DAN ANALISIS DATA)	
A. Sajian Data	34

1.	Perencanaan Pemasaran Etnik Coffee	34
a.	Menentukan Segmentasi Pasar.....	34
b.	Menentukan Target Pemasaran Etnik Coffee	35
c.	Menentukan <i>Positioning</i> Etnik Coffee.....	37
d.	Menentukan Produk Etnik Coffee.....	38
e.	Menentukan Tempat Etnik Coffee	40
f.	Menentukan Harga Etnik Coffee	42
g.	Menentukan Media Pemasaran Etnik Coffee (Promosi).....	43
2.	Pelaksanaan Pemasaran Etnik Coffee.....	44
a.	Segmentasi Etnik Coffee.....	44
b.	Target Etnik Coffee.....	45
c.	Positioning Etnik Coffee.....	46
d.	Produk Etnik Coffee.....	47
e.	Tempat Etnik Coffee.....	48
f.	Harga Etnik Coffee	48
g.	Media Promosi Etnik Coffee.....	50
3.	Evaluasi Perencanaan Dan Pelaksanaan Pemasaran Etnik Coffee	
a.	Segmentasi Etnik Coffee.....	51
b.	Target Etnik Coffee.....	52
c.	Positioning Etnik Coffee.....	52
d.	Produk Etnik Coffee.....	54
e.	Tempat Etnik Coffee.....	55
f.	Harga Etnik Coffee	55
g.	Media Promosi Etnik Coffee.....	56
B.	Analisis Data	
a.	Menentukan Segmentasi Pemasaran	59
b.	Menentukan Target Pemasaran	60
c.	Menentukan Positioning.....	62
d.	Menentukan Produk.....	63
e.	Menentukan Harga	64
f.	Menentukan Tempat.....	65
g.	Menentukan Media Promosi.....	66
BAB IV (PENUTUP)		
A.	Kesimpulan	68
B.	Saran	70
C.	Daftar Pustaka.....	7

DAFTAR BAGAN

Struktur Organisasi Etnik Coffee 30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Contoh suasana Etnik Cofffee 1	3
Gambar 2. Contoh suasana Etnik Coffee 2	3
Gambar 3. Komponen dalam analisis data (model Interaktif).....	22
Gambar 4: Menu Etnik Coffee espresso based dan ice coffee signature	31
Gambar 5. Menu Etnik Coffee Choco Based	32
Gambar 6. Menu Etnik Coffee Milk Based.....	32
Gambar 7. Lokasi dan contoh suasana Etnik Coffee.....	32
Gambar 8. Contoh Story berisikan promosi menu di instagram	50
Gambar 9. Media Promosi berupa instagram	51
Gambar10. Twitter WillyTheKid dalam mempromosikan Etnik Coffee	52
Gambar11. Story Instagram Cahya dalam memposting Etnik Coffee.....	53

DAFTAR DIAGARAM

Diagram 1. Negara Produesn Kopi dari tahun 1700-1900	26
Diagram 2. Negara Produsen Kopi dari Tahun 1920-2008.....	27