

**Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Kedai Kopi Lokal di
Masa Pandemi Covid-19 Dalam Meningkatkan Penjualan
Periode 2020**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Strata I Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh

FAWWAZ RIFA FIRZATULLAH

20170530084

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini:

Nama : Fawwaz Rifa Firzatullah
NIM : 20170530084
Konsentrasi :Public Relations
Program Studi :Ilmu Komunikasi
Fakultas :Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital
Kedai Kopi Lokal di Masa Pandemi Covid –
19 Dalam Meningkatkan Penjualan Periode
2020

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta, 17 Juni 2020


Fawwaz Rifa Firzatullah

PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah- Nya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Karya ini kupersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kekuatan dan kesehatan dan meridhoi hamba hingga terbit skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku Bapak Dias Tri Hantoro dan Ibu Susyanti yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan berupa doa, motivasi, dan materi. Terimakasih atas pengorbanan kalian selama ini. Semoga Allah membalas jasa kalian yang telah kalian berikan kepadaku.
3. Adikku Rayhan Azis Indra Sasi yang selalu mendoakanku. Terimakasih ya, Le, walaupun kamu nyebelin dan kita tidak pernah bertegur sapa walau satu rumah.
4. Cintaku Noverlico, terimakasih, Sayang, semangat dan dukungannya yang selama ini tidak pernah lelah mengingatkanku untuk mengerjakan skripsi. I love You.
5. Sahabat – sahabatku DAGELAN Annisa, Fia, dan Nia terimakasih selalu memberiku semangat, kalian luar biasa mantab. Ayo habis ini traktir Aku.
6. Sahabat – sahabatku HAFALAN 30 JUZ Dhea, Dinda, Riana, Shyhab terimakasih semangat dan motivasinya. Semoga hafalan terus berjalan dan ilmu Al – Qur’an selalu dijadikan pedoman hidup. Kalian luar biasa.
7. Teman kontrakan Alif, Fery, Ikhsan, Ndaru, Rizqal, dan Ryedo. Terimakasih bro semangatnya semoga kalian segera lulus.
8. Teman seperjuangan kuliah Anaf, Gentha, Harel, Nisrina, dan teman – teman Ilmu Komunikasi 17 ayo semangat terus brader.
9. Teman – temanku di Purworejo Adi, Sandhy, dan seluruh team Kedai Kopi Lokal, terimakasih dukungannya kawan.

10. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama menuntut ilmu, semoga ilmunya bermanfaat.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini bukan semata hanya sebagai tugas akhir dan persyaratan kelulusan, melainkan sebagai titik awal dalam melakukan proses pendidikan. Semoga dengan karya ini, penulis dapat melakukan hal yang lebih baik dan sebagai titik awal untuk melanjutkan proses pendidikan ke jenjang berikutnya. Penulis sangat menyadari bahwa dalam menyusun Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan yang perlu di benahi. Penulis mengharap kritik dan saran dari semua, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Akhir kata dalam menyusun karya ini masih banyak kesalahan, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf yang setulus-tulusnya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan arahan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arif Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Nur Sofyan, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah berkenan serta sabar membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
6. Bapak Adi Listiyo dan Bapak Rofiq Fajar yang memberikan informasi dan data mengenai skripsi ini.
7. Pihak Kedai Kopi Lokal yang memberikan ijin dan memberikan dampingan selama melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua saya tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan dalam memberikan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas cinta yang tiada henti.
9. Untuk teman – teman peneliti yang tiada henti memberikan dukungan dan semangat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
E. Kajian Teori.....	16
1. Promosi.....	16
2. Strategi Promosi.....	18
3. Komunikasi Pemasaran.....	19
4. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21
5. Digital Marketing.....	22
F. Metode Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Objek Penelitian.....	25
3. Jenis Sumber Data.....	26
4. Teknik Pengumpulan Data	27
5. Uji Validitas Data.....	28
BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN	30
A. Gambaran Umum Kedai Kopi Lokal.....	30
B. Logo Kedai Kopi Lokal.....	32
C. Struktur Organisasi Kedai Kopi Lokal.....	33
D. Visi & Misi Kedai Kopi Lokal.....	36
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	37
A. Sajian Data.....	37
1. Identifikasi Masalah.....	37
2. Proses Implementasi.....	48
3. Evaluasi.....	61

B. Pembahasan.....	62
1. Perencanaan Komunikasi Pemasaran Kedai Kopi Lokal.....	62
2. Pelaksanaan Kegiatan Promosi.....	70
3. Evaluasi Hasil Promosi.....	72
BAB IV PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Aktivitas Promosi Kedai Kopi Lokal Tahun 2020.....	49
Tabel 3.2 Laporan Penjualan Per Semester Kedai Kopi Lokal Via <i>Online</i>	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Kasus Positif Covid Maret – April 2020.....	3
Gambar 1.2 Data Kasus Covid di Purworejo Bulan Oktober.....	5
Gambar 1.3 Instagram Kedai Kopi Lokal.....	8
Gambar 1.4 Instagram Hellarookie.....	10
Gambar 1.5 Menu Kedai Kopi Lokal.....	12
Gambar 1.6 Laporan Keuangan Kedai Kopi Lokal Februari – Juli 2020.....	13
Foto 2.1 Kedai Kopi Lokal Tampak Depan.....	31
Gambar 2.2 Logo Kedai Kopi Lokal.....	32
Gambar 3.1 Laporan Penjualan <i>Online</i> Kedai Kopi Lokal Via Gojek & Grab....	40
Gambar 3.2 Promo Kedai Kopi Lokal di GrabFood.....	40
Gambar 3.3 Protokol Kesehatan di Kedai Kopi Lokal.....	41
Gambar 3.3 Barista Kedai Kopi Lokal Menggunakan Protokol Kesehatan.....	42
Gambar 3.4 Unggahan Foto di Akun Instagram Kedai Kopi Lokal Dengan <i>Caption</i> Yang Menarik.....	47
Gambar 3.5 <i>Direct Sale</i> Kedai Kopi Lokal Dengan Promo <i>Free Flow</i>	51
Gambar 3.6 Promo <i>direct sale buy 1 get 1</i>	53
Gambar 3.7 Promo Merdeka Kedai Kopi Lokal.....	54
Gambar 3.8 Promo diskon 50% Kedai Kopi Lokal.....	55
Gambar 3.9 Promo Kapiten <i>Coffee Beer</i>	56
Gambar 4.0 Penawaran yang diberikan Grab.....	59
Gambar 4.1 Promo beli 4 dapat 5.....	59
Gambar 4.2 Unggahan Instagram Kedai Kopi Lokal.....	60