

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU FOOD &
BEVERAGE PADA AYAM *CRISPY* JATINANGOR HOUSE CABANG
YOGYAKARTA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
TAHUN 2022**



Disusun Oleh:

Vebertha Lorraine 20190530130

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS

ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

TAHUN 2022

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan dibawah ini :

Nama : Vebertha Lorraine

Nim : 20190530130

Program Studi / Jurusan : Ilmu Komunikasi (Broadcasting)

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Food & Beverage Pada Ayam Crispy Jatinangor House Cabang Yogyakarta Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Tahun 2022

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Sumber informasi yang berasal atau kutipan dari sumber lain telah disebutkan dalam teks menggunakan aturan yang berlaku. Apabila kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi tersebut.

Yogyakarta,

Penulis



Vebertha Lorraine

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmad dan hidayahnya hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Terima kasih kepada Keluarga tercinta Ayah, Mama dan Kakak saya yaitu Ayah Bambang Tri Gunawan, Mama Endang Dewi Lestari, dan Kak Vallosa Rhea P. yang telah merawat, menyayangi, membimbing saya dengan baik selama ini dan telah memberikan dukungan, doa, dan semangat sehingga Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik.
3. Terima kasih kepada Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom selaku dosen pembimbing saya yang selalu membimbing dan menuntun saya dalam melakukan penulisan skripsi ini dengan sabar dan tabah. Semoga ilmu yang sudah diberikan oleh Bapak Zein dapat menjadi amalan yang terus mengalir.
4. Terima kasih kepada Bapak Aly Aulia Lc, M. Hum.dan Mas Erwan Sudiwijaya, S. Sos., MBA., MA. sebagai dosen penguji karena telah bersedia menguji saya saat ujian proposal dan ujian pendadaran saya. Terimakasih atas saran serta masukan untuk saya yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Terima kasih juga kepada Dosen-Dosen Ilmu Komunikasi UMY yang selama 4 tahun ini telah membimbing saya dengan sabar dan tabah untuk mendapatkan ilmu yang bermanfaat ini semoga Bapak, Ibu, Mas, dan Mbak para Dosen Ilmu Komunikasi UMY dapat diberikan kelancaran dalam segala sesuatunya.
6. Terima kasih kepada ketiga narasumber dari pihak Jatinangor House Mas Hafizh, Mas Fasa, dan Mas Helmi yang telah mengizinkan saya untuk menjadikan Jatinangor House sebagai objek penelitian serta bersedia menjadi informan dan berbagi pengalaman waktu proses penelitian, semoga Jatinangor House tetap sukses dan konsisten.
7. Terima kasih kepada Akita Damayanti R.S, Putri Fadia R, Cita Antarizkia, Nurria Intan Rusadi, dan Filla Ananda Thalia yang telah memberi bantuan dan sudah menjadi Support Sistem saya selama perkuliahan berlangsung. Terima kasih juga sudah selalu menjadi tempat untuk berkeluh kesah selama masa kuliah ini.
8. Terima kasih kepada Shafira Aisa Fadilla yang telah menjadi teman seperjuangan dan seperbimbingan yang sama-sama berjuang menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga dapat melakukan seminar proposal dan sidang skripsi secara bersamaan. Terima kasih juga kepada Caca, Rafi, Revi, Destya, dan teman-teman lainnya yang selalu membagi ilmu dan pengetahuan seputar pengerjaan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada teman terdekat saya dari masa SMP Delia Tanaya yang selalu bisa menjadi tempat untuk menanyakan hal apapun termasuk solusi dari suatu permasalahan hidup saya dari mulai percintaan, keluarga, bahkan

seputar kuliah saya. Terima kasih sudah menjadi Support Sistem disaat-saat terburuk pun.

10. Terima kasih juga kepada teman-teman SMA seperjuangan saya seperti Audrey Vania P, Nur Maulida A, Febby Ananda P, Eggydhia Anandap, Hasna Fadhilla, Novia Putri, Diva Icha, Lakezyadima velocetta, Safira Azzahra, dan Nur Fadhillah, Almer Daffa NT, dan Kenny Octa A yang sebagian masih menjalankan skripsi mereka semoga diberi kemudahan dan kelancaran.
11. Teruntuk teman-teman saya yang dekat setelah kuliah ini Friza Afrizal, Nadila Afatesa, Nandarista P, Adisti Aulia, Nina Karima, dan Alya Belinda yang telah menemani saya ketika suka dan duka bercerita apapun yang terjadi semoga pertemanan kita dapat berlangsung selamanya.
12. Last but not least, tentunya terimakasih kepada diri saya sendiri, Vebertha Lorraine yang sudah berjuang selama perkuliahan sampai dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa adanya kata menyerah dan selalu berusaha. Semoga kedepan dapat berjuang lebih baik lagi untuk hal-hal yang positif.

MOTTO

**“BE YOURSELF. BE GRATEFUL. NEVER GIVE UP”
(Jadilah diri sendiri. Bersyukur. Jangan pernah menyerah)**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb Allhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridhlo, hidayah, dan inayah-Nya sehingga Tugas Akhir dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Food & Beverage Pada Ayam *Crispy* Jatinangor House Cabang Yogyakarta Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Tahun 2022” ini dapat penulis selesaikan dengan baik dan lancar. Shalawat serta Salam tetap tercurah untuk sang revolusioner sejati, Muhammad SAW yang telah menunjukkan kepada kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang-benderang yaitu Dienul Islam. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, masih banyak kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki. Semoga hasil penelitian ini dapat berguna, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si, selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa membantu dan selalu sabar kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Aly Aulia Lc, M. Hum.dan Mas Erwan Sudiwijaya, S. Sos., MBA., MA. sebagai dosen penguji karena telah bersedia menguji saya saat ujian proposal dan ujian pendarasan saya.
4. Seluruh Dosen, Tata Usaha, Karyawan dan Staff Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Tim ketiga Narasumber dari Jatinangor House Mas Hafizh, Mas Fasa, dan Mas helmi dalam membantu saya untuk mengumpulkan data dan informasi dalam penelitian.
6. Teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung, memberi semangat, saran serta menemani saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini, dengan kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran yang membangun, diharapkan dapat memberikan referensi serta mampu meningkatkan kualitas penulis. Harapan penulis, semoga karya ini dapat menambah pengetahuan bacaan terutama dalam lingkup manajemen media di media sosial serta bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. *Wassalamualaikum Wr.Wb*

penulis



Vebertha Lorraine

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	2
UCAPAN TERIMA KASIH	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	17
E. Kajian Teori.....	17
1. Komunikasi Pemasaran	17
2. Strategi komunikasi pemasaran	26
F. Metode Penelitian.....	27
G. Objek Penelitian	28
H. Lokasi Penelitian	28
I. Syarat Informan	29
J. Teknik Pengumpulan Data	29
K. Teknik Analisis Data	30
L. Validitas Penelitian.....	31
M. Sistematika penulisan	32
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....	34
A. Gambaran Umum Perusahaan	34
1. Sejarah Berdirinya Jatinangor House	34
2. Slogan	37
3. Lokasi Jatinangor House Cabang Yogyakarta.....	37
4. Logo.....	38
5. Menu olahan produk yang dijual	38

6. Ambience pada kedai kopi Jatinangor House.....	39
7. Strategi Komunikasi Pemasaran yang digunakan.....	41
8. Profil manajer kedai kopi Jatinangor House.....	45
9. Profil manajer kedai kopi Jatinangor House.....	46
10. Profil manajer kedai kopi Jatinangor House	46
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian.....	47
1. Pemasaran Melalui Media <i>Online</i>	52
2. Pemasaran melalui media <i>Offline</i>	60
B. Pembahasan	63
1. Pemasaran Melalui Media <i>Online</i>	71
2. Pemasaran melalui media <i>Offline</i>	78
BAB IV PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran	85
Daftar Pustaka	87
LAMPIRAN	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 . 1 Review Konsumen Jatinangor	7
Gambar 1 . 2 Review Konsumen Jatinangor Pada Twitter	9
Gambar 2 . 1 Foto Bersama Owner Jatinangor House	34
Gambar 2 . 2 Foto Bersama Manajer Jatinangor House.....	35
Gambar 2 . 3 Foto Bersama konten media Jatinangor House	35
Gambar 2 . 4 Logo Jatinangor House.....	38
Gambar 2 . 5 Menu Makanan yang dijual di Jatinangor House	39
Gambar 2 . 6 Menu Minuman yang dijual di Jatinangor House	39
Gambar 2 . 7 area kasir yang digunakan untuk berpromosi paket bundling jatinangor house	40
Gambar 2 . 8 pada meja kasir yang dimanfaatkan untuk berpromosi donut kalis	40
Gambar 2 . 9 konsep open bar yang diberlakukan jatinangor house sebagai salah satu daya tarik.....	41
Gambar 2 . 10 Postingan promosi melalui Instagram	42
Gambar 2 . 11 Postingan promosi berupa kuis melalui Instagram.....	42
Gambar 2 . 12 Postingan promosi melalui Instagram	43
Gambar 2 . 13 Salah satu influencer yang bekerja sama dengan Jatinangor House	43
Gambar 2 . 14 Promosi diskon melalui Shopee Food	44
Gambar 2 . 15 Promosi diskon melalui Grab Food	44
Gambar 2 . 16 Promosi diskon melalui Go Food	45
Gambar 2 . 17 lokasi Jatinangor House pada google maps.....	45
Gambar 3 . 1 Postingan kuis dan Give Away pada Instagram Jatinangor	54
Gambar 3 . 2 kolom komentar yang digunakan sebagai sarana interaktif marketing pada Instagram Jatinangor House.....	55
Gambar 3 . 3 pengambilan gambar dan postingan influencer referensi kopi dengan Jatinangor House	57
Gambar 3 . 4 pengambilan gambar dan postingan influencer secangkir.berdua dengan Jatinangor House.....	57
Gambar 3 . 5 Promosi Jatinangor House melalui media Gojek	59
Gambar 3 . 6 Promosi Jatinangor House melalui media Grab	59
Gambar 3 . 7 Promosi Jatinangor House melalui media Shopee	60
Gambar 3 . 8 Jatinangor dalam sebuah Event yang berada di Semarang.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Guide	92
Lampiran 2 Jawaban Interview Guide.....	93