

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN

COFFEE SHOP OFFICE COFFEE BANJARMASIN GUNA

MENINGKATKAN MINAT PEMBELI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

KHANSA MILLENIA PUTRI

(1810414320036)

KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


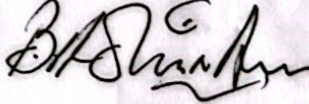

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI BANJARMASIN

2024



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KESEHATAN HULU SUNGAI UTARA
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT MENGIKUTI
VAKSINASI COVID-19

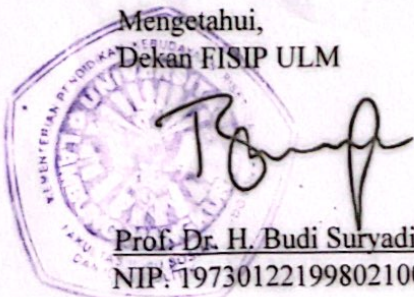
- A. Nama Mahasiswa : Khansa Millenia Putri
NIM : 1810414320036
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 79.8 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 13 Desember 2024.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A
NIP. 199202182019032020 ()
 - b. Sekretaris
Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
NIP. 195912101988111001 ()
 - c. Anggota
Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A ()
NIP. 19900108201707104001

Banjarmasin, 15 Juli 2024
Ketua Tim Penguji,



Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., M.A
NIP. 199202182019032020

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis skripsi adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, atau doktor), baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini muni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan masukan tim penelaah/tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam pustaka.

Banjarmasin, 25 Agustus 2024



KHANSA MILLENIA PUTRI
NIM. 1810414320036



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 7008/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA
2. Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
3. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Khansa Millenia Putri
NIM : 1810414320036
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Office Coffee Banjarmasin Guna Meningkatkan Minat Pembeli

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 13 Desember 2023
J a m : 09.00 WITA - Selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 7 Desember 2023
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSrE



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu Tiga Belas Desember Dua Ribu Dua Puluh Tiga, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 7008/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal tujuh Desember dua ribu dua puluh tiga untuk menguji skripsi :

Nama : Khansa Millenia Putri
NIM : 1810414320036
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Office Coffee Banjarmasin Guna Meningkatkan Minat Pembeli

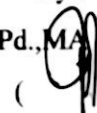


Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 09.00 s/d selesai
Nilai : **79,8 (A-)**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 13 Desember 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

1. Ketua : Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh, S.Pd., MA
()
2. Sekretaris : Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad, M.Si
()
3. Anggota : Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
()


Khansa Millenia Putri

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Khansa Millenia Putri
NIM : 1810414320036
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Office Coffee Banjarmasin Guna Meningkatkan Minat Pembeli

| No. | Nama Penguji | Nilai | Tanda Tangan |
|-----------------|---|-------|-------------------------|
| 1. | Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh,S.Pd.,MA | 80 | |
| 2. | Prof. Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad,M.Si | 80 | |
| 3. | Achmad Bayu Chandrabuwono.,S.Ikom.,M.A | 80 | |
| Jumlah | | 240 | |
| Nilai Rata-rata | | 80 | Nilai Akhir = 79,8 (A-) |

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 13 Desember 2023

Catatan :

| Angka | Nilai | Bobot |
|----------|-------|-------|
| 80 - 100 | A | 4,00 |
| 77 - 79 | A- | 3,75 |
| 75 - 76 | B+ | 3,50 |
| 70 - 74 | B | 3,00 |
| 66 - 69 | B- | 2,75 |
| 61 - 65 | C+ | 2,50 |
| 55 - 60 | C | 2,00 |
| 50 - 54 | D+ | 1,50 |
| 40 - 49 | D | 1,00 |
| 0 - 39 | E | 0 |

ABSTRAK

Khansa Millenia Putri, NIM 1810414320036, Skripsi, Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Office Coffee Banjarmasin Guna Meningkatkan Minat Pembeli, Pembimbing : Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh

Office Coffee merupakan pelopor coffee shop pertama yang dibangun di Banjarmasin. Tetapi kini banyak berbagai kedai kopi lain yang belakangan menjamur di Banjarmasin dan Banjarbaru sekitarnya. Dalam komunikasi pemasaran tidak hanya memasarkan produk, perlu adanya suatu strategi yang tepat. Karena strategi komunikasi pemasaran menjadi kunci suksesnya perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan. Oleh karena itu, Office Coffee menerapkan elemen komunikasi pemasaran sebagai strategi dalam mengkomunikasikan dan memasarkan produknya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Office Coffee serta mengetahui hambatan dalam melakukan strategi pemasaran Office Coffee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdapat lima informan. Keempat informan tentu mengetahui mengenai penelitian ini. Lalu dalam penelitian ini menggunakan teori Bauran Promosi (*Promotional Mix*).

Hasil penelitian ini adalah elemen komunikasi pemasaran sebagai strategi komunikasi pemasaran Office Coffee dalam meningkatkan menarik minat pengunjung. Seperti, Iklan (media sosial), Promosi Penjualan (paket bundling), Hubungan Masyarakat (mengikuti event-event), Penjualan Perorangan (interaksi langsung dengan pelanggan), Pemasaran Langsung (mendistribusikan contoh produk). Strategi komunikasi pemasaran Office Coffee menunjukkan bahwa mampu bertahan di tengah maraknya coffee shop lain dan bahkan membuat coffee shop makin berkembang dengan membuka cabang di 2 tempat di Kalimantan Selatan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, E-Marketing, Bauran Promosi (*Promotional Mix*)

ABSTRACT

Khansa Millenia Putri, NIM 1810414320036, Thesis, Marketing Communication Strategy Built by Office Coffee Banjarmasin to Increase Buyer Interest, Advisor: Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh

Office Coffee was the first pioneer coffee shop built in Banjarmasin. But now many other coffee shops have recently mushroomed in Banjarmasin and Banjarbaru around. In marketing communication not only marketing products, there needs to be an appropriate strategy. because the marketing communication strategy is the key to the company's success in increasing the number of customers. Therefore, Office Coffee applies marketing communication elements as a strategy in communicating and marketing its products.

The purpose of this research is to find out the marketing communication strategy carried out by Office Coffee and to find out the obstacles in carrying out Office Coffee's marketing strategy. This research uses descriptive qualitative research methods. By collecting data through observation, interviews, and documentation. There were five informants in this study. The four informants certainly know about this research. Then in this study using Promotional Mix theory.

The results of this study are marketing communication elements as Office Coffee's marketing communication strategy in increasing visitor interest. Such as, Advertising (social media), Sales Promotional (bundling packages), Public Relations (participating in events), Personal Sales (direct interaction with customers), Direct Marketing (distributing product samples). Office Coffee's marketing communication strategy shows that it is able to survive in the midst of the rise of other coffee shops and even make coffee shops even more developed by opening branches in 2 places in South Kalimantan.

Keywords: Marketing Communication Strategy, E-Marketing, Promotional M ix

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang telah diberikan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Dibangun Coffee Shop Office Coffee Banjarmasin Guna Meningkatkan Minat Pembeli/Pelanggan” ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin (ULM).

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya mendapatkan banyak saran, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak yang senantiasa mendukung dan menyemangati saya selama proses pengerjaan skripsi. Secara khusus saya sampaikan rasa terima kasih yang begitu besar kepada kedua orang tua saya H.Herland Ariesyah Putra (Alm) dan Yulita Afriana serta adik saya yang sangat saya cintai Aisha Febriane Putri yang senantiasa mendukung dan mendoakan saya dalam setiap hal yang saya kerjakan. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Teman spesial saya Gusti Muhammad Andhika SatyaNagara, S.T yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada saya selama pengerjaan skripsi.

Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sangatlah sulit bagi saya

untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad , S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Dr. Tomi Oktavianor, M.Soc., Sc. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. Mahyuni, M.Soc., M.A.P. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Bapak Dr. Nasrudin, S.Pd., M.Sc. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Bapak Dr. Siswanto Rawali., S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Ibu Putri Ayu Hidayatur Rafiqoh., S.Pd., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak ilmu dan masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi. Terima kasih banyak penulis ucapkan kepada Ibu atas waktunya untuk memberikan saaran, nasehat dan bimbingan kepada penulis.
8. Bapak Dr. H. Bachruddin Ali Akhmad., M.Si. selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan bimbingan, saran, serta kritik yang membangun kepada penulis.

9. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono., S.Ikom., M.A. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan bimbingan, saran, serta kritik yang membangun kepada penulis.
10. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan arahan untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
11. Seluruh staf akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah banyak membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.
12. Teristimewa, keluarga besar penulis yang sudah memberikan kasih sayang kepada penulis sedari kecil hingga sekarang. Tanpa cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik.
13. Teman-teman dekat saya Annisya Putri Ningsih, Mardiana, Putri Hadiyanti, Syafira Kartika Sari, dan Zavita Dwi Humaira Az-zahra karena telah menjadi pendukung yang hangat selama masa perkuliahan dan menjadi rumah kedua.
14. Teman-teman sesama Ilmu Komunikasi 2018, kelas regular A maupun kelas regular B, atas perjuangan kita selama 4 tahun ini. Terima kasih telah memperkenalkan saya dengan banyak hal dan berteman dengan saya. Kalian tidak akan tergantikan sampai kapan pun. Semoga kita semua komunikasi'18 selalu akrab dan sukses di hari depan.
15. Informan-informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk saya wawancarai.
16. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, namun telah turut membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Saya menyadari bahwa tulisan ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu dengan segala kerendahan hati saya berharap pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang sifatnya membangun untuk perbaikan skripsi ini serta memperdalam pengetahuan dan pengalaman saya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Banjarmasin, 27 Mei 2024

Khansa Millenia Putri

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| ABSTRAK | ii |
| <i>ABSTRACT</i> | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| TABEL | xii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 13 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 13 |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis..... | 13 |
| 1.4.2. Manfaat Praktis..... | 14 |
| BAB II..... | 15 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 15 |
| 2.1. Penelitian Sejenis | 15 |
| 2.2. Tinjauan Konseptual | 30 |
| 2.2.1. Komunikasi | 30 |
| 2.2.2. Strategi | 32 |
| 2.2.2.1. Strategi Komunikasi | 32 |
| 2.2.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran | 34 |
| 2.2.3. Komunikasi Pemasaran | 36 |
| 2.2.3.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran | 36 |
| 2.2.3.2. Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Promotionalal</i> | 37 |
| <i>Mix</i>)..... | 37 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.4. Elemen Komunikasi Pemasaran..... | 39 |
| 2.2.4.1. <i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)..... | 39 |
| 2.2.4.2. <i>Sales Promotional</i> (Promosi Penjualan)..... | 41 |
| 2.2.4.3. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)..... | 41 |
| 2.2.4.4. <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)..... | 43 |
| 2.3. Tinjauan Teori | 44 |
| 2.3.1. Teori Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)..... | 44 |
| 2.4. Kerangka Pemikiran..... | 46 |
| BAB III..... | 48 |
| METODE PENELITIAN..... | 48 |
| 3.1. Pendekatan Penelitian | 48 |
| 3.2. Tipe Penelitian..... | 49 |
| 3.3. Objek Penelitian..... | 50 |
| 3.4. Informan Penelitian..... | 50 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data..... | 51 |
| 3.5.1. Jenis Data | 51 |
| 3.5.2. Sumber Data..... | 51 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data | 52 |
| 3.6.1. Wawancara | 52 |
| 3.6.2. Observasi..... | 54 |
| 3.6.3. Dokumentasi..... | 55 |
| 3.7. Teknik Analisis Data | 56 |
| 3.8. Triangulasi Data | 58 |
| 3.9. Waktu dan Lokasi Penelitian..... | 59 |
| 3.9.1. Waktu Penelitian..... | 59 |
| 3.9.2. Lokasi Penelitian..... | 59 |
| BAB IV..... | 60 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 60 |
| 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian | 60 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 61 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.1. Strategi Pemasaran Office Coffee | 64 |
| 4.2.1.1. Iklan (<i>Advertising</i>) | 65 |
| 4.2.1.2. Promosi Penjualan | 70 |
| 4.2.1.3. <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)..... | 77 |
| 4.2.1.4. Pemasaran Langsung | 83 |
| 4.2.1.5. Hubungan Masyarakat (Humas) / <i>Public Relation</i> | 85 |
| 4.3. Pembahasan..... | 92 |
| PENUTUP..... | 103 |
| 5.1. Kesimpulan | 103 |
| 5.2. Saran..... | 105 |
| DAFTAR PUSTAKA | 107 |
| LAMPIRAN PEDOMAN PERTANYAAN..... | 112 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Office Coffee outdoor | 8 |
| Gambar 1. 2 Office Coffee indoor | 8 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir | 43 |
| Gambar 4. 1 Laman Akun Youtube Office Coffee | 65 |
| Gambar 4. 2 Beberapa Strategi Penjualan Office Coffee | 70 |
| Gambar 4. 3 Event Manual Brew Art Competition Office Coffee 2020 | 71 |
| Gambar 4. 4 Event Pesta Kopi Mandiri oleh Office Coffee di Pontianak 2018 ... | 72 |
| Gambar 4. 5 Calibration Coffee Event di Banjarmasin 2022 | 72 |
| Gambar 4. 6 Personal selling di Office Coffee/interaksi Langsung Dengan Konsumen | 76 |
| Gambar 4. 7 Media Online Mengenai Office Coffee Banjarmasin | 84 |
| Gambar 4. 8 Office Coffee Trip Goes to Bondowoso | 87 |
| Gambar 4. 9 “Bike For Coffee” oleh Office Coffee | 87 |

TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sejenis 16