

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWEET SUNDAE  
SELAMA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**



disusun oleh :

Catur Karunia Wahyu

17.96.0177

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**  
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWEET SUNDAE**  
**SELAMA PANDEMI COVID-19**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh :

Catur Karunia Wahyu

17.96.0177

**PROGRAM SARJANA**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**YOGYAKARTA**

**2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWEET SUNDAE SELAMA  
PANDEMI COVID-19**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Catur Karunia Wahyu**

**17.96.0177**

Telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi  
pada tanggal 10 Juni 2023

**Dosen Pembimbing**

**Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng.**

**NIK. 190302107**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SWEET SUNDAE SELAMA  
PANDEMI COVID-19**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Catur Karunia Wahyu

17.96.0177

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 27 Juni 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Erik Hadi Saputra, S.Kom. M.Eng.**

**NIK. 190302107**

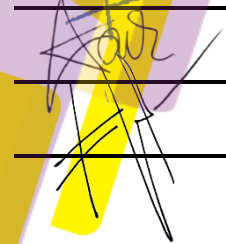
**Monika Pretty Aprilia, S.JP., M.Si**

**NIK. 190302478**

**Achmad Fauzi, SE, M.M., Dr.**

**NIK. 190302022**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
tanggal 28 Agustus 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan kami juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 17 Agustus 2023



Catur Karunia Wahyu

17.06.0177

## KATA PENGANTAR

Puji syukur ke-hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

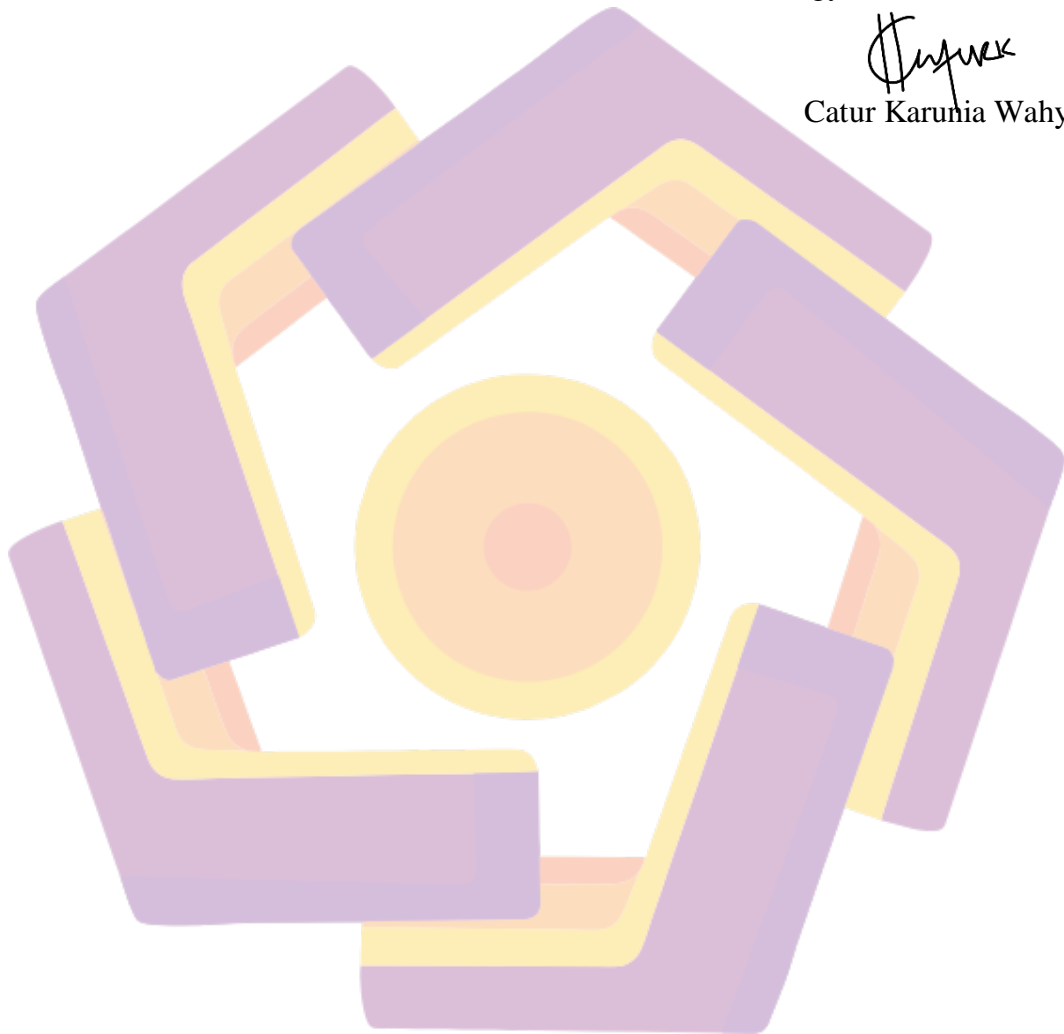
1. Kedua Orangtua yang telah mendukung, memotivasi, dan mendoakan selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufi Lutfi, S.T., M.Kom., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng., selaku kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang selalu mengarahkan dan membimbing saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Mas Andromeda selaku *CEO* Sweet Sundae Ice Cream yang telah memeberikan izi untuk melakukan penelitian di Sweet Sundae dan meluangkan waktunya untuk diwawancarai debagai narasumber penelitian ini.
7. Mba Sara selaku *sales* dan *marketing* Sweet Sundae yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai sebagai narasumber dalam penelitian ini dan memberikan infromasi mengenai Sweet Sundae.
8. Mba Ningrum selaku *admin* Sweet Sundae yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam proses penelitian ini.

9. Pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
10. *Last but not least*, untuk diri sendiri Catur Karunia Wahyu, you did it!~~

Yogyakarta, 15 Juni 2023



Catur Karunia Wahyu



## DAFTAR ISI

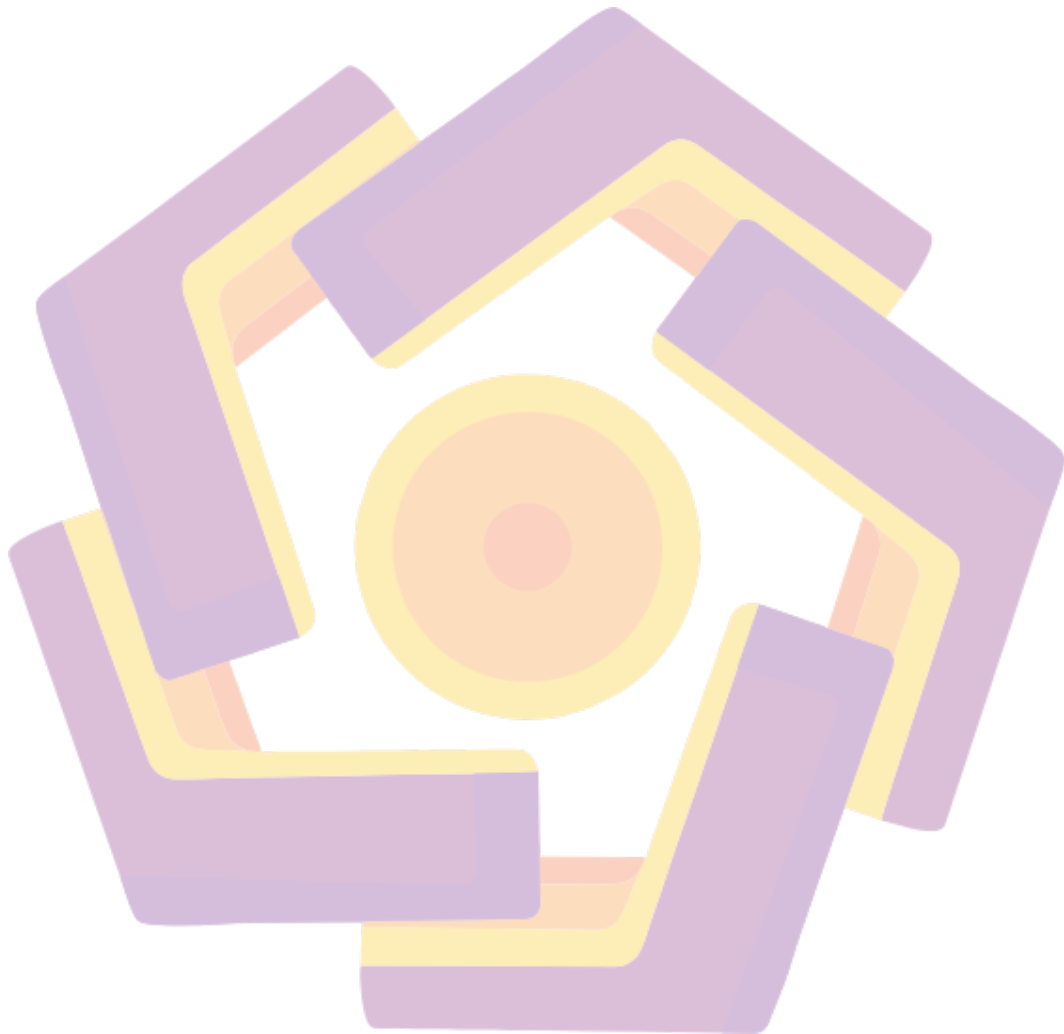
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	5
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori .....	9
2.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	9
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	10
2.3 Kerangka Berpikir .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	17



3.2	Jenis Penelitian .....	17
3.3	Metode Penelitian .....	17
3.4	Objek Penelitian.....	18
3.5	Subjek Penelitian.....	18
3.6	Sumber Data .....	28
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	19
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>24</b>
4.1	Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Sweet Sundaeh ...	24
4.2	Pembahasan .....	44
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>52</b>
5.1	Kesimpulan .....	52
5.2	Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>54</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>57</b>

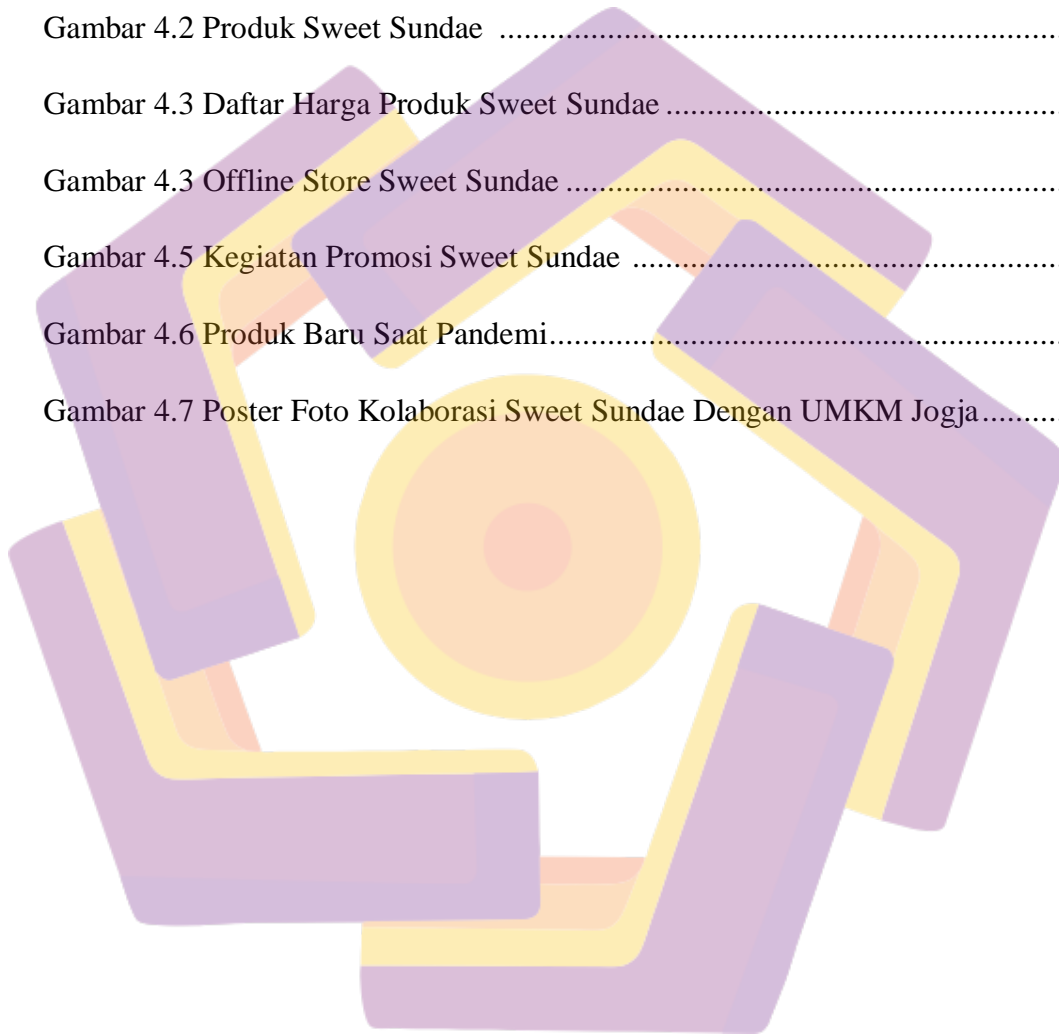
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Data Pendapatan UMKM Terdampak Pandemi Covid-19 di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Tahun 2020 .....	2
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	7



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Omzet Sweet Sundae .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	16
Gambar 4.1 Produk Sweet Sundae .....	25
Gambar 4.2 Produk Sweet Sundae .....	27
Gambar 4.3 Daftar Harga Produk Sweet Sundae .....	31
Gambar 4.3 Offline Store Sweet Sundae .....	32
Gambar 4.5 Kegiatan Promosi Sweet Sundae .....	37
Gambar 4.6 Produk Baru Saat Pandemi.....	45
Gambar 4.7 Poster Foto Kolaborasi Sweet Sundae Dengan UMKM Jogja.....	48



## INTISARI

Pandemi Covid-19 menimbulkan dampak kerugian cukup besar diberbagai bidang, salah satunya dalam bidang ekonomi yang akhirnya mempengaruhi perekonomian, mulai dirasakan juga dampaknya bagi para pelaku usaha. Virus Covid-19 merupakan salah satu tantangan besar bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) khususnya di bidang Food and Beverage (F&B) di Yogyakarta. Banyak usaha yang mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis dan bahkan akhirnya gulung tikar. Sweet Sundae merupakan salah satu UMKM di bidang food and beverage khususnya pada produk pengelolaan susu sapi perah. Sweet Sundae terkena dampak penurunan penjualan selama dilanda Covid-19, namun Sweet Sundae mampu bertahan dan penjualannya mengalami peningkatan. Merujuk pada fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Sweet Sundae selama pandemi covid-19 dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan teori baruan pemasaran 7P (product, price, place, promotion, people, process and physical evidence). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran 7P yang dilakukan sudah baik. Pada elemen produk Sweet Sundae menciptakan produk baru yang mampu meningkatkan penjualan didukung dengan elemen price dan place yang tepat. Strategi promosi yang paling ditekankan ialah direct marketing, sales promotion dan public relation.

**Kata Kunci:** *strategi komunikasi pemasaran, sweet sundae, pandemi covid-19*

## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic has caused considerable losses in various fields, one of which is in the economic sector which ultimately affects the economy, the impact on business actors has also begun to be felt. The Covid-19 virus is one of the big challenges for micro, small and medium enterprises (MSMEs), especially in the Food and Beverage (F&B) sector in Yogyakarta. Many businesses experienced a very drastic decline in sales and even eventually went out of business. Sweet Sundae is one of the MSMEs in the field of food and beverage, especially in dairy cow milk management products. Sweet Sundae was affected by declining sales during the Covid-19 hit, but Sweet Sundae was able to survive and sales increased. Referring to the phenomenon above, the author is interested in conducting research on marketing communication strategies carried out by Sweet Sundae during the COVID-19 pandemic in increasing sales. This research uses the 7P marketing theory (product, price, place, promotion, people, process and physical evidence). This type of research is descriptive qualitative using the constructivism paradigm. The results of this study show that the 7P marketing mix carried out is good. In the product element, Sweet Sundae creates new products that are able to increase sales supported by the right price and place elements. The most emphasized promotion strategies are direct marketing, sales promotion and public relations.*

**Key words :** *marketing communication strategy, sweet sundae.id, pandemic Covid-19*