STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU *COFFEE SHOP* SEVEN STONES YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

SKRIPSI

disusun oleh:

Dinda Syah Putri

17.96.0309

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2022

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU *COFFEE SHOP* SEVEN STONES YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan

mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh:

Dinda Syah Putri

17.96.0309

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU *COFFEE SHOP* SEVEN STONES YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dinda Syah Putri

17.96.0309

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 23 juni 2021

Dosen Pembimbing,

Kartikasari Yudaninggar S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302444

PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU *COFFEE SHOP* SEVEN STONES YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dinda Syah Putri

17.96.0309

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 22 Desember 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji	**Tanda Tangan**
Kartikasari Yudaninggar S.I.Kom., M.A. **NIK. 190302444**	_____
Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A. **NIK. 190302360**	_____
Wahyu Kristian Natalia, M.I.Kom. **NIK. 190302436**	_____

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 10 januari 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

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

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah 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 saya 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, 20 Januari 2022

Dinda Syah Putri

17.96.0309

MOTTO

“Sukses berjalan dari satu kegagalan ke kegagalan yang lain, tanpa kita kehilangan semangat.”

Abraham Lincoln.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun oleh penulis guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta. Penulis berharap, dengan adanya skripsi ini dapat menambah referensi para pembaca secara khusus dan secara umum bagi kalangan umum. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta beserta jajarannya.

2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta beserta jajarannya.

3. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M. Eng. Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta

4. Ibu Kartikasari Yudaninggar,S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan serta masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih banyak penulis ucapkan kepada ibu atas waktunya untuk memberikan saran, nasehat dan bimbingan kepada penulis.

5. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah membagikan ilmunya kepada penulis.

6. Kepada Mas Christopher Leanders Fajar Waluyo selaku pemilik *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

7. Kepada M. Khalifah S selaku marketing *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta yang sudah membantu penulis untuk melakukan penelitian.

8. Bapak Aris Budianto dan Ibu Ledis Elisabeth yang sudah memberikan dukungan penuh selama masa pendidikan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada teman kelas Ilmu Komunikasi 05 yang selalu memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi penulis.

Yogyakarta, 26 November 2021

Dinda Syah Putri

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang mana telah memberikan kesehatan dan karunia-Nya kepada penulis serta kekuatan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU (*INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION)* UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN (Studi Kasus Penerapan Strategi IMC di *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta Dalam Meningkatkan Minat Konsumen)." Tidak lupa penulis mengucapkan shalawat dan salam kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun oleh penulis guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta. Penulis berharap, dengan adanya skripsi ini dapat menambah referensi para pembaca secara khusus Mahasisiswa Ilmu Komunikasi bagi kalangan umum.

Yogyakarta, 26 November 2021

Dinda Syah Putri

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*) merupakan pengembangan dari istilah promosi. Istilah terpadu menunjukkan keselarasan dalam hal tujuan, fokus, dan arah strategi antar elemen bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, *personal selling, public relation, dan direct marketing*). Dalam melaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran, setiap perusahaan berupaya untuk mencari dan menetapkan strategi pemasaran dan target marketnya. Oleh karena itu, perusahaan *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta perlu memiliki strategi komunikasi pemasaran yang efektif karena pembangunan *coffee shop* di Yogyakarta yang semakin banyak menyebabkan ketatnya persaingan industri kopi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Komunikasi Pemasaran Terpadu yang berkaitan dengan periklanan, publik hubungan, promosi penjualan, pemasaran, dan penjualan tatap muka dengan media sosial.

Prioritas utama dalam penyusunan strategi komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*) *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta adalah bauran promosi dan media sosial yang digunakan dalam kegiatan promosi. Data yang digunakan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan marketing selaku orang yang memiliki wewenang dalam *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta sebagai informan sekaligus untuk menguji keabsahan data. Dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan dalam proses pengolahan strategi komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*) *coffee shop* Seven Stones Yogyakarta terdiri dari intensif dalam penggunaan sosial media dan penyuguhan konten yang berbeda.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communications*), *Coffee Shop*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv
MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
BIODATA PENULIS SKRIPSI/TA/NASKAH PUBLIKASI viii
KATA PENGANTAR ix
ABSTRAK x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR TABEL xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 9
1.3. Tujuan Penelitian 9
1.4. Manfaat Penelitian 10
BAB II KAJIAN TEORITIS 11
2.1. Kajian Teori 11
2.1.1. Strategi Pemasaran 11
2.1.2. Komponen-Komponen Strategi Pemasaran 11
2.1.3. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu atau IMC (*Integrated Marketing Communication*) 13
2.1.4. Konsep Dasar Pengembangan Program *Integrated Marketing Communication* (IMC) 14
2.1.5. *Coffee Shop* 16
2.2. Penelitian Relevan 17
2.3. Kerangka Pemikiran 24
BAB III METODE PENELITIAN 25
3.1. Desain Penelitian 25
3.2. Subjek dan Objek Penelitian 25
3.3. Jenis dan Sumber Data 25

3.4. Teknik Pengumpulan Data 26
3.5. Teknik Analisis Data 27
3.6. Teknik Penentuan Informan 28
3.7. Lokasi Penelitian 29
3.7.1. Visi 30
3.7.2. Misi 30
3.8. Jadwal Penelitian 30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32
4.2. Hasil Penelitian 32
4.3. Pembahasan 48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 57
5.1. Kesimpulan 57
5.2. Saran 57
DAFTAR PUSTAKA 59
LAMPIRAN I 60
LAMPIRAN II 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Suasana Perlombaan di *Coffee Shop* Seven Stones……..…...2

Gambar 2 Nonton Bareng di Kedai Oase Sumbawa……..…..…..…3

Gambar 3 Kendaraan Kedai Oase Dalam Berjualan……4

Gambar 4 Produsen Kopi Terbesar……..5

Gambar 5 Denah Lokasi *Coffee Shop* di Jalan Kaliurang Yogyakarta……8

Gambar 6 Logo *Coffee Shop* Seven Stones……..……..…30

Gambar 7 Promosi *Soft Selling* Seven Stones……..……..50

Gambar 8 Promosi *Hard Selling* Seven Stones……..……51

Gambar 9 Konten Foto Instagram Seven Stones……..…..……...52

Gambar 10 *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..…....…65

Gambar 11 *Indoor Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..…...……..65

Gambar 12 *Outdoor Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..……..66

Gambar 13 Instagram *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta…..……66

Gambar 14 Facebook *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..…...……..67

Gambar 15 Tiktok *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..……..68

Gambar 16 Menu *Scan Barcode Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..69

Gambar 17 Menu Unggulan *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..……..70

Gambar 18 Pembayaran *Scan Barcode Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta...71

Gambar 19 *Review* Pengunjung *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta 1…..…..72

Gambar 20 *Review* Pengunjung *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta 2..……..73

Gambar 21 *Review* Pengunjung *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta 3…..…..73

Gambar 22 Wawancara Bersama Pemilik *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..……...74

Gambar 23 Wawancara Bersama Marketing *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta……..……..…….....74

Gambar 24 Wawancara Bersama Pengunjung *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta 1……..……..……..75

Gambar 25 Wawancara Bersama Pengunjung *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta 2……..……..……..75

Gambar 26 Wawancara Bersama Pengunjung *Coffee Shop* Seven Stones Yogyakarta 3……..……..……..76

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Penjualan Seven Stones Yogyakarta tahun 2018 sampai dengan 2020……..……4

Tabel 2 Ringkasan Penelitian Terdahulu……..…….17

Tabel 3 Jadwal Penelitian……..……...……..31