

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM
"DEMEN JAJAN" MELALUI WHATSAPP DI
PERUMAHAN WISMA JAYA**

SKRIPSI

**Oleh:
Faizah Zahrotunnisa
201910415253**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

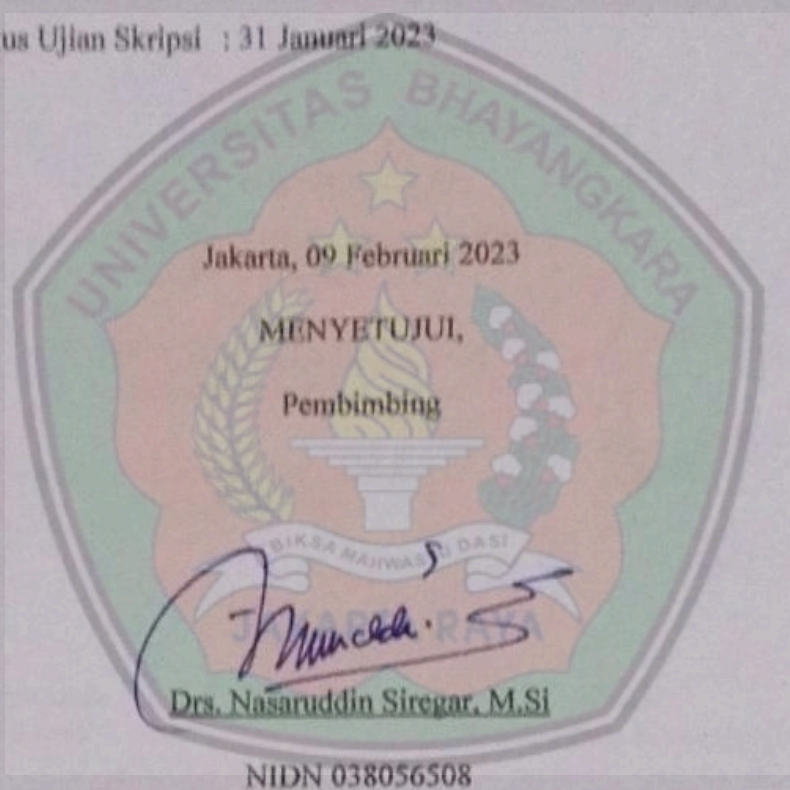
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Umkm "demen jajan" Melalui Whatsapp di Perumahan Wisma Jaya

Nama Mahasiswa : Faizah Zahrotunnisa

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415253

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 31 Januari 2023



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM “demen jajan” Melalui Whatsapp di Perumahan Wisma Jaya
Nama Mahasiswa : Faizah Zahrotunnisa
Nomor Induk Mahasiswa : 201910415253
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 31 Januari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN,

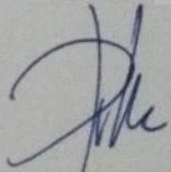
Ketua Penguji : Dr. Hamida Syari Harahap, M.Si.
NIDN 0311046803

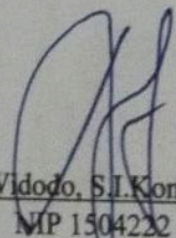
Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si
NIDN 038056508

Sekretaris Penguji : Fina Zahra, S.Sn., M.A
NIDN 0309059203

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP 2109527


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Strategi Komunikasi Pemasaran Umkm "demen jajan" Melalui Whatsapp di Perumahan Wisma Jaya. Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penelitian karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Faizah Zahrotunnisa

201910415253

ABSTRAK

Faizah Zahrotunnisa 201910415253. Strategi Komunikasi Pemasaran Umkm "Demen Jajan" Melalui Whatsapp di Perumahan Wisma Jaya

Penelitian ini mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM “demen jajan” melalui Whatsaapp di Wisma Jaya. Memiliki tujuan untuk menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan di media sosial Whatsapp. Metode dalam penelitian ini yaitu kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasilnya menunjukkan bahwa startegi yang dilakukan oleh UMKM “demen jajan” dilihat dari konsep bauran pemasaran 4P bahwa produk yang dihasilkan tetap dijaga kualitasnya hingga pengambilan gambar produk yang digunakan untuk promosi, harga yang ditetapkan menyesuaikan target pasarnya pada setiap produk hingga mudahnya infromasi harga didapatkan oleh pelanggan, tempat promosi UMKM “demen jajan” yang menggunakan media sosial Whatsapp dengan memanfaatkan fitur status, pesan berantai dan mengirim pesan terhadap individu hingga cara distribusi yang diperhatikan betul, promosi yang dilakukan dengan beberapa cara hingga membuat promo atau potongan harga, dapat menarik minat pelanggan. Hal ini membuat UMKM “demen jajan” dapat mempertahankan pelanggannya. Omset yang dihasilkan juga mencapai target pada setiap periode. Strategi tersebut dilakukan oleh pemilik UMKM “demen jajan” dengan tujuan agar dapat menaikkan merk “demen jajan” hingga mempertahankan semua pelanggannya.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, UMKM, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

Faizah Zahrotunnisa 201910415253. Marketing Communication Strategy for MSMEs "demen jajan" Via Whatsapp at Wisma Jaya Housing.

This research is about the marketing communication strategy carried out by "demen jajan" through WhatsApp at Wisma Jaya. Has the aim of analyzing marketing communications carried out on Whatsapp social media. The method in this study is qualitative with a descriptive approach. The results show that the strategy carried out by MSMEs "demen jajan" seen from the 4P marketing mix concept that the quality of the products produced is maintained until the product shooting is used for promotion, the price is set according to the target market for each product so that price information is easily obtained by customers , a place for promoting MSMEs "demen jajan" using social media Whatsapp by utilizing the status feature, chain messages and sending messages to individuals until the distribution method is properly considered, promotions are carried out in several ways so that promos or price discounts can be made to attract customers. This makes MSMEs "demen jajan" able to retain their customers. The resulting turnover also reaches the target in each period. This strategy was carried out by MSMEs owners "demen jajan" with the aim of being able to increase the "demen jajan" brand so as to retain all of their customers.

Keywords: Marketing Communications, Msmes, Marketing Mix

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah S.W,T berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-nya Kepada Kita semua serta doa dan dukungan orang tua tercinta, yaitu bapak Nandang Choiruddin dan ibu Dwi Wahyuni Setyowati. sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM "DEMEN JAJAN" MELALUI WHATSAPP DI PERUMAHAN WISMA JAYA”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

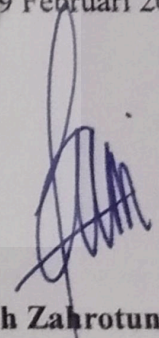
Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si., Selaku Dosen Pembimbing dan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum., selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti.
6. Segenap para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
7. Adik, Cinta Aufa Zhafirah, atas dukungan serta kasih sayang yang selalu tercurah.
8. Tante dan sepupu, Pramita dan Ori Adiba, atas dukungan dan kasih sayang yang selalu tercurah.

8. Sanak saudara, atas doa dan bimbingan, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini.
9. Teman-Teman Fakultas Ilmu Komunikasi, Ajeng, Ririn, Gebi, Salsa, Manda, dan teman-teman KKN Subang atas semua dukungannya.
10. Hasna dan Hanifah, atas dukungan yang selalu tercurah.
11. Organisasi BEM Fikom periode 2021-2022 atas semua dukungan dan pengalamannya.
12. Pemilik UMKM “demen jajan”, ibu Yunita atas dukungannya.
13. Seluruh civitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan moril kepada peneliti.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang pendidikan dan juga di lapangan, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Amiin.

Jakarta, 09 Februari 2023



Faizah Zahrotunnisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kerangka Konsep.....	9
2.2.1 Profil UMKM “demen jajan”	9
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.4 Usaha Mikro, Kecil, Menengah	12

2.2.5 New Media	14
2.2.6 Media Sosial Whatsapp.....	14
2.2.7 Konsep Bauran Pemasaran.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	20
3.2 Jenis dan Sumber Data	20
3.3 Informan dan <i>Key Informan</i>	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Teknik Analisis Data	25
3.6 Triangulasi data.....	26
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Hasil Penelitian	27
4.1.1 Produk (<i>product</i>)	27
4.1.2 Harga (<i>Price</i>).....	30
4.1.3 Tempat (<i>place</i>)	33
4.1.4 Promosi (<i>promotion</i>)	34
4.2 Pembahasan.....	37
BAB V PENUTUP.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

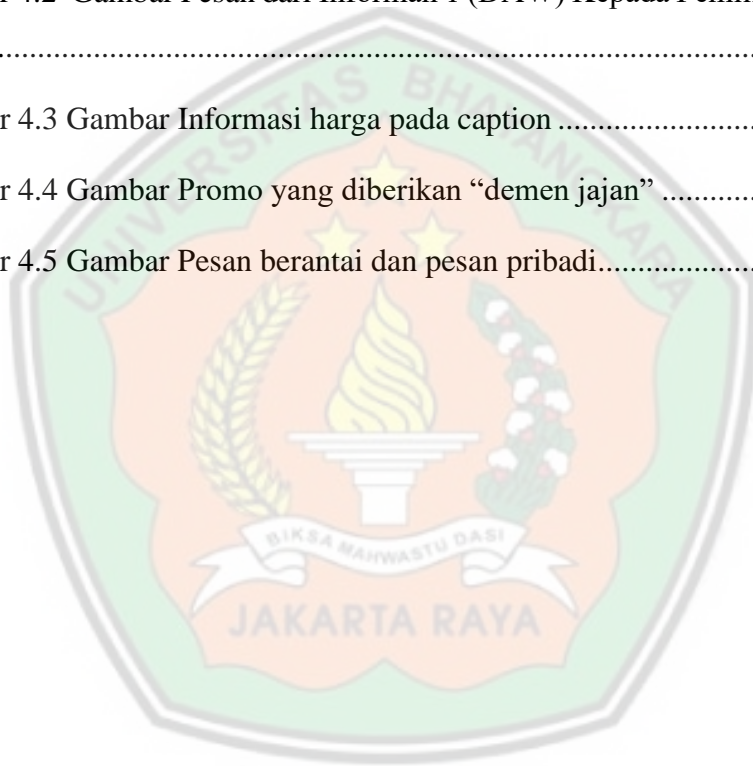
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Data Penjualan UMKM “demen jajan”	4
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Tabel Data Informan dan <i>Key Informan</i>	22



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar Logo UMKM “demen jajan”.....	10
Gambar 2.2 Gambar Platform Media Sosial Paling Aktif di Indonesia Tahun 2019	15
Gambar 4.1 Gambar Pesan dari Informan 2 (NR) Kepada Pemilik “demen jajan”	28
Gambar 4.2 Gambar Pesan dari Informan 1 (DAW) Kepada Pemilik “demen jajan”	29
Gambar 4.3 Gambar Informasi harga pada caption	33
Gambar 4.4 Gambar Promo yang diberikan “demen jajan”	35
Gambar 4.5 Gambar Pesan berantai dan pesan pribadi.....	37



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran19



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Administrasi

LAMPIRAN 3 : Pedoman Wawancara, Transkrip Wawancara, Reduksi Data

LAMPIRAN 4 : Logbook Penelitian

LAMPIRAN 5 : Dokumentasi

LAMPIRAN 6 : Data Penjualan “demen jajan”

LAMPIRAN 7 : Form Perbaikan

LAMPIRAN 8 : Kartu Bimbingan

