

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KOPI
CINTA BEKASI MELALUI EVENT LIVE MUSIC
UNTUK MENARIK MINAT PENGUNJUNG**

SKRIPSI

Oleh:

Dewi Rochmah Istiafani

201910415184



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi
Cinta Bekasi Melalui Event Live Music
Untuk Menarik Minat Pengunjung

Nama Mahasiswa : Dewi Rochmah Istiafani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415184

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing



Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M

NIDN 0311036501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi
Cinta Bekasi Melalui Event Live Music
Untuk Menarik Minat Pengunjung

Nama Mahasiswa : Dewi Rochmah Istiafani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415184

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si

NIDN. 0328056508

Penguji : Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M

NIDN. 0311036501

Sekretaris Penguji : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si

NIDN. 0307108503

MENGETAHUI

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



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

NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Cinta Bekasi Melalui Event Live Music Untuk Menarik Minat Pengunjung” adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah.

Apabila di kemudian 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 dijadikan referensi melalui 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, 28 Juli 2023



Dewi Rochmah Istiafani

201910415184

ABSTRAK

Dewi Rochmah Istiafani, 201910415184, Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Cinta Bekasi Melalui *Event Live Music* Untuk Menarik Minat Pengunjung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran kopi cinta Bekasi untuk menarik minat pengunjung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penulis melakukan wawancara kepada beberapa informan mengenai aktifitas *event live music* yang dilakukan Kopi Cinta Bekasi.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran kopi cinta Bekasi melalui *event live music* untuk menarik minat pengunjung menerapkan konsep bauran pemasaran 4P (*Place, Price, Product, Promotion*) *event live music* yang dilakukan oleh Kopi Cinta Bekasi berhasil menarik pengunjung lebih banyak. *Event live music* berhasil meningkatkan jumlah konsumen yang hadir ke Kopi Cinta Bekasi. Selain itu, *event live music* yang diselenggarakan oleh Kopi Cinta Bekasi memiliki keunikan karena Kopi Cinta Bekasi mengadakan *event live music* lima kali dalam seminggu, yang terdapat pada hari Senin, Rabu, Jum'at, Sabtu, Minggu, dan *band* yang tampil tentunya berbeda-beda disetiap harinya.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Minat Beli, *Event*

ABSTRACT

Dewi Rochmah Istiafani, 201910415184. Kopi Cinta Bekasi Marketing Communication Strategy Through Live Music Events To Attract Visitors' Interest

This study aims to determine the marketing communication strategy for Kopi Cinta Bekasi to attract visitors. This research uses descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study used observation, interview, and documentation techniques. The author conducted interviews with several informants regarding live music event activities conducted by Kopi Cinta Bekasi.

The results of this study can be concluded that the marketing communication strategy for Kopi Cinta Bekasi through live music events to attract visitors applying the 4P marketing mix concept (Place, Price, Product, Promotion) live music events conducted by Kopi Cinta Bekasi managed to attract more visitors. The live music event succeeded in increasing the number of consumers attending Kopi Cinta Bekasi. In addition, the live music event organized by Kopi Cinta Bekasi is unique because Kopi Cinta Bekasi holds live music events five times a week, which are on Mondays, Wednesdays, Fridays, Saturdays, Sundays, and the bands that perform are of course different. different every day.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Marketing Mix, Purchase Intention, Events

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya yang diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan atas tersusunnya proposal skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Cinta Bekasi Melalui Event Live Music Untuk Menarik Minat Pengunjung”. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat wajib untuk melanjutkan pengerjaan pada bab 4 dan 5 skripsi fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Pada kesempatan ini, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya doa kepada Allah SWT dan dukungan dari Kedua Orangtua saya Bapak Sukadi dan Ibu Sumiyati yang saya cintai dan sayangi yang senantiasa memberikan do’a, semangat, dan dukungan, serta bimbingan, dari berbagai pihak yang terlibat dalam tersusunnya proposal skripsi. Selain itu peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada orang-orang yang telah memberikan bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Adapun beberapa pihak lain dengan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih diantaranya sebagai berikut:

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. Ibu Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dra. Sari Endah Nursyamsi, M.M. selaku Dosen Pembimbing atas saran dan masukan yang telah diberikan, serta bantuan kepada peneliti sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan proposal skripsi dengan baik.

6. Kepada pihak coffee shop Kopi Cinta Bekasi yang telah mengizinkan tempat usahanya tersebut untuk menjadikan sebagai objek utama dalam penelitian skripsi ini.
7. Dosen serta seluruh staff akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Kepada Adi Cahya Istiawan, selaku Kakak kandung penulis yang telah memberikan dukungan.
9. Kepada Adiah Fika, Fadhil Surya Permana, Muhammad Herry Setiawan, Sefia Devy Nur Ramadhani, Selvi Handrian Putri, Viranti Octaviani, selaku teman dekat penulis yang selalu ada di setiap suka dan duka, serta selalu memberikandukungan, semangat kepada penulis.

Peneliti menyadari proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal skripsi. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat dan berguna untuk orang lain, khususnya bagi peneliti. Peneliti juga mengharapkan saran dan kritikan untuk menyempurnakan penelitian ini.

Jakarta, 28 Juli 2023



Dewi Rochmah Istiafani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoristis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kerangka Konsep	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	18

2.2.3	Strategi Komunikasi Pemasaran	20
2.2.4	Bauran Komunikasi	21
2.2.5	Event Marketing.....	23
2.2.6	Minat Pengunjung	27
2.3	Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Metode Penelitian	30
3.3	Informan	31
3.4	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5	Teknik Analisis Data	36
3.6	Triangulasi Data	38
3.7	Waktu dan Tempat Penelitian	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	40
4.2	Deskripsi Key Informan dan Informan Penelitian	44
4.3	Hasil Penelitian	48
4.4	Pembahasan	58
BAB V PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Informan	33
Tabel 3.2 Perencanaan Penelitian	39
Tabel 4.1 Data Survey Key Informan dan Informan	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Instagram Kopi Cinta Bekasi	2
Gambar 1.2 Event Valentine’s Day Party	6
Gambar 1.3 Instagram Story	9
Gambar 4.1 Logo Kopi Cinta Bekasi	41



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran	29
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Kopi Cinta Bekasi	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Surat Pengantar

Lampiran 3 : Pedoman Wawancara, Transkrip Wawancara & Reduksi Wawancara

Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan

Lampiran 6 : Form Perbaikan Laporan Skripsi

