

**EVENT SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN
PADA OTTOKE.KAPE DALAM MENARIK MINAT
BELI KONSUMEN
(STUDI DESKRIPTIF PADA OTTOKE.KAPE BEKASI)**

SKRIPSI

Oleh :

Selvi Handrian Putri

201910415158



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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Event Sebagai Komunikasi Pemasaran
Pada Ottoke.kape Dalam Menarik Minat
Beli Konsumen

Nama Mahasiswa : Selvi Handrian Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415158

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juni 2023



Pagi Muhamad, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0310038403

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Event Sebagai Komunikasi Pemasaran
Pada Ottoke.kape Dalam Menarik Minat
Beli Konsumen

Nama Mahasiswa : Selvi Handrian Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415158

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juni 2023

Jakarta, 29 Juni 2023

MENGESAHKAN

Ketua tim penguji : Dr. Dwinarko, M.M.

NIDN. 0312026604

Penguji

: Pagi Muhamad, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN. 0310038403

Sekretaris Penguji

: Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIDN. 0319059501

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

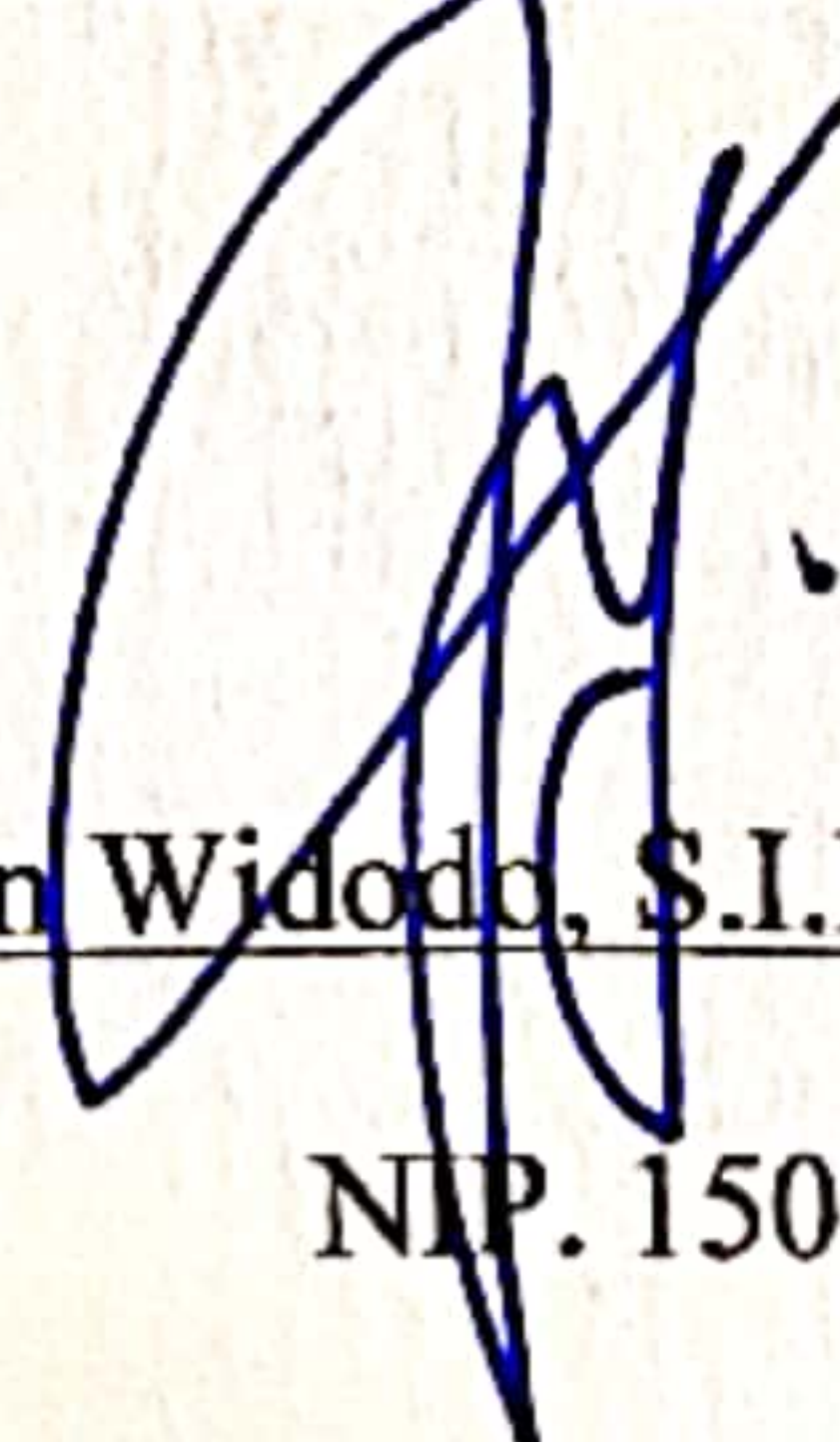


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul *Event* sebagai Komunikasi Pemasaran Pada Ottoke.kape dalam Menarik Minat Beli Konsumen adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali ada pengutipan sebagai 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.



Selvi Handrian Putri

201910415158

ABSTRAK

Selvi Handrian Putri, 201910415158. *Event* Sebagai Komunikasi Pemasaran Pada Ottoke.kape Dalam Menarik Minat Beli Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *event* sebagai komunikasi pemasaran pada ottoke.kape dalam menarik minat beli konsumen. 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 aktivitas *event* yang dilakukan oleh ottoke.kape.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *event* sebagai komunikasi pemasaran pada ottoke.kape dalam menarik minat beli konsumen menerapkan konsep bauran pemasaran 4P (*Price, Place, Product, Promotion*) yang paling signifikan yaitu *promotion* karena promosi yang dilakukan oleh Ottoke.kape melalui *event* ini memiliki dampak baik pada peningkatan jumlah konsumen yang hadir ke ottoke.kape. Selain itu, *event* pada ottoke.kape memiliki keunikan karena *event* SM *Birthday Weekend* di buatkan menu *special* untuk menarik minat beli konsumen.

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

ABSTRACT

Selvi Handrian Putri, 201910415158. *Events as Marketing Communications on Ottoke.kape in Attracting Consumer Buying Interest.*

This study aims to determine events as marketing communications at ottoke.kape in attracting consumer buying interest. This reseresearch uses descriptive qualitative method. Data collection techniques in this study using observation techniques, interviews and documentation. The author conducted interviews with several informants regarding event activities carried out by ottoke.kape.

The Results of this study can be concluded that events as marketing communications at ottoke.kape in attracting consumer buying interest apply the most significant 4P (Price, Place, Product, Promotion) marketing mix concept, namely promotion because promotions are carried out by Ottoke.kape through events that have good impact on increasing the number of consumers coming to Ottoke.kape. Apart from that, the event on Ottoke.kape is unique because for the SM Birthday Weekend events a special menu is made to attract consumers buying interest.

Keywords: *Marketing Communication, Marketing Mix, Buying Interest, Events.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Event Sebagai Komunikasi Pemasaran Pada Ottoke.kape Dalam Menarik Minat Beli Komsumen”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya doa kepada Allah SWT dan juga dukungan dari Kedua Orangtua dan Adik yang saya cintai dan sayangi, yang senantiasa memberikan doa serta dukungan kepada saya. Selain itu peneliti menyampaikan rasa terimakasih kepada orang-orang yang sudah terlibat dalam tersusunnya skripsi ini, adapun beberapa pihak yang terlibat dalam penelitian ini yaitu:

1. Bapak Irjen Pol Polisi (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. Bapak Pagi Muhamad, S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, serta telah memberikan saran dan arahan sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
6. Kepada owner serta staff dari Ottoke.kape yang telah memberikan waktu dan tempat untuk penulis melakukan penelitian ini.
7. Dosen serta seluruh staff akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
8. Kepada Anisa Amelia Soeminar, Dewi Rochmah Istiafani, Ilmi Nabilah, Fitria Andriyani Antika, Viranti Octaviani, Tasya Berliana, Sefia Devy

Nur R selaku teman dekat penulis yang selalu ada di setiap suka dan duka, serta selalu memberikan semangat kepada penulis.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikan skripsi, sehingga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang Ilmu Komunikasi dan selanjutnya dapat lebih dikembangkan dalam pembahasannya.

Jakarta, 29 Juni 2023



Selvi Handrian Putri



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
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Konsep	14
2.2.1 Komunikasi	14

2.2.2	Komunikasi Pemasaran	15
2.2.3	Event	17
2.2.4	Minat Beli	19
2.2.5	Konsumen	20
2.2.6	Bauran Pemasaran	20
2.3	Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		23
3.1	Jenis Penelitian	23
3.2	Metode Penelitian	23
3.3	Informan	25
3.4	Teknik Pengumpulan Data	26
3.5	Teknik Analisis Data	28
3.6	Triangulasi Data	29
3.7	Waktu dan Tempat Penelitian	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
4.1.1	Lokasi Penelitian	32
5.1.1	Profil Informan	36
4.2	Hasil Penelitian	37
4.3	Pembahasan	48
BAB V PENUTUP		56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Perencanaan Penelitian	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsep Ottoke.kape	1
Gambar 1.2 <i>Event SM Birthday Weekend</i>	2
Gambar 1.3 Kegiatan <i>Event SM Birthday Weekend</i>	4
Gambar 1.4 Menu <i>Event SM Birthday Weekend</i>	5
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian	31
Gambar 4.1 Logo Ottoke.kape	34
Gambar 4.2 Dekorasi Lantai 1 Ottoke.kape	40
Gambar 4.3 Dekorasi Lantai 2 Ottoke.kape	41
Gambar 4.4 Menu <i>Special Event SM Birthday Weekend</i>	42
Gambar 4.5 Visual <i>Event</i> Ottoke.kape	43

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.3 Kerangka Pemikiran	22
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Ottoke.kape	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Surat Pengantar

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara & Reduksi Wawancara

Lampiran 4 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan

Lampiran 6 : Form Perbaikan Laporan Skripsi

