UPAYA KOMUNIKASI PEMASARAN KULINER *GOODTRY* DI BEKASI

SKRIPSI

Oleh:
Vinca Aprillia Rengganis
202010415063

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

UPAYA KOMUNIKASI PEMASARAN KULINER *GOODTRY* DI BEKASI

SKRIPSI

Oleh:
Vinca Aprillia Rengganis
202010415063

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Upaya Komunikasi Pemasaran Kuliner *Goodtry* di Bekasi

Nama Mahasiswa : Vinca Aprillia Rengganis

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415063

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom

NIP 303077002

Upaya Komunikasi.., Vinca Aprillia Rengganis, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Upaya Komunikasi Pemasaran Kuliner *Goodtry* di Bekasi
Nama Mahasiswa	:	Vinca Aprillia Rengganis
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202010415063
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	06 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom. NIDN. 0303077002	.....
Penguji	: Dr. Ari Sulisyanto, S.Sos., M.I.Kom NIDN. 303077002	.....
Sekretaris Penguji	: Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par NIDN. 0310068902	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Upaya Komunikasi.., Vinca Aprillia Rengganis, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Upaya Komunikasi Pemasaran Kuliner *Goodtry* di Bekasi** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Univeristas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikanya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Vinca Aprillia Rengganis

ABSTRAK

Vinca Aprillia Rengganis. 202010415063. UPAYA KOMUNIKASI PEMASARAN KULINER *GOODTRY* DI BEKASI.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya komunikasi pemasaran langsung yang diterapkan oleh *Goodtry*, sebuah usaha kuliner berbasis di Bekasi, dalam meningkatkan brand awareness dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran *Goodtry* dilakukan dengan mengintegrasikan elemen-elemen komunikasi pemasaran, yang mencakup periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan penjualan pribadi. Setiap elemen tersebut saling mendukung untuk mencapai tujuan pemasaran, baik itu meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, maupun memperkuat loyalitas pelanggan.

Penerapan komunikasi pemasaran oleh *Goodtry* didukung oleh beberapa faktor penting, seperti pemanfaatan media sosial yang efektif, konsistensi branding yang kuat, serta inovasi dalam promosi penjualan yang menarik perhatian pelanggan. Namun, ditemukan juga beberapa faktor penghambat seperti persaingan ketat di industri kuliner, perubahan tren yang cepat, kesulitan mengonversi engagement di media sosial menjadi penjualan, hambatan terkait perubahan algoritma media sosial, dan keterbatasan biaya iklan.

Kata Kunci: komunikasi pemasaran, IMC, pemasaran langsung, media tradisional, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Vinca Aprillia Rengganis. 202010415063. *GOODTRY'S CULINARY MARKETING COMMUNICATION EFFORTS IN BEKASI.*

This study aims to analyze the direct marketing communication efforts implemented by Goodtry, a culinary business based in Bekasi, in increasing brand awareness and customer loyalty. The research method used is descriptive qualitative, with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that Goodtry's marketing communication is carried out by integrating marketing communication elements, which include advertising, sales promotions, public relations, direct marketing, and personal selling. Each element supports each other to achieve marketing goals, be it increasing brand awareness, attracting new customers, or strengthening customer loyalty.

The implementation of marketing communication by Goodtry is supported by several important factors, such as effective use of social media, strong branding consistency, and innovation in sales promotions that attract customers' attention. However, several inhibiting factors were also found, such as tight competition in the culinary industry, rapid changes in trends, difficulty converting engagement on social media into sales, obstacles related to changes in social media algorithms, and limited advertising costs.

Keywords: marketing communication, IMC, direct marketing, traditional media, customer loyalty

Upaya Komunikasi.., Vinca Aprillia Rengganis, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul ”Upaya Komunikasi Pemasaran Kuliner *Goodtry* di Bekasi”. Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk program Strata- 1 di Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan, dukungan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta, yaitu Ayahanda Perdiawan dan Ibunda Dasima.

Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim., (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa,M.A., M.E., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Muhamad Husni Mubarok, S.Pd., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan mengenai akademik perkuliahan.
5. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran, memberikan masukan, dan memotivasi penulis dalam penelitian ini.
6. Teruntuk para sahabat, Nindi, Mia, Bisri, Amel, Tintin, Alfina, Vera yang telah memberi dukungan serta semangat bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman kantor “Marcopolo” yang telah memberikan arahan serta dukungan penuh dengan tawa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya
8. Dan yang terakhir, kepada diri sendiri, Vinca Aprillia Rengganis, terima kasih

Upaya Komunikasi.., Vinca Aprillia Rengganis, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

sudah bertahan sejauh ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun serta menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan penelitian ini. Terakhir, peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berguna bagi para pembaca.

Jakarta, 17 Februari 2025

Vinca Aprillia Rengganis

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN IV
ABSTRAK V
ABSTRACT VI
KATA PENGANTAR VII
DAFTAR ISI IX
DAFTAR TABEL XI
DAFTAR GAMBAR XII
DAFTAR LAMPIRAN XIII
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Pertanyaan Penelitian 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 6
1.4.1 Manfaat Teoritis 7
1.4.2 Manfaat Praktis 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9
2.1 Penelitian Terdahulu 9
2.2 Kerangka Konseptual 12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 12
2.2.2 Teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) 17
2.3 Kerangka Berpikir 22
BAB III METODE PENELITIAN 25
3.1 Pendekatan Penelitian 25
3.2 Desain Penelitian 25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 25
3.3.1 Subjek Penelitian 25

Dipindai dengan CamScanner

3.7 Tempat Pelaksanaan dan Waktu Penelitian **29**
3.7.1 Tempat Pelaksanaan Penelitian 29
3.7.2 Waktu Penelitian 29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **31**
4.1 Deskripsi Objek dan Subjek penelitian **31**
4.1.1 Gambaran Umum *Goodtry* 31
4.1.2 Profil Informan 32
4.2 Hasil Penelitian **33**
4.2.1 Upaya Komunikasi Pemasaran Bisnis Kuliner *Goodtry* 34
4.2.2 Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Pemasaran Kuliner *Goodtry* 40
4.3 Pembahasan **44**
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN **49**
5.1 Kesimpulan **49**
5.2 Saran **50**
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 9
Tabel 3.1 Timeline Penelitian 30

Upaya Komunikasi.., Vinca Aprillia Rengganis, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshoot postingan promosi colaborasi 3
Gambar 1.2 Review pelanggan *Goodtry* 4
Gambar 1.3 Review *Goodtry* di Google Maps 4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir 24
Gambar 4.1 Logo *Goodtry* 31

Upaya Komunikasi.., Vinca Aprillia Rengganis, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025