STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *WORD OF MOUTH* DALAM PROMOSI UMKM (STUDI KASUS DAPUR MAMA RANIA)

SKRIPSI

Oleh :

Fara Aneska Putri Wibowo

202110415093

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran *Word Of Mouth* Dalam Promosi UMKM (Studi Kasus Dapur Mama Rania).
Nama Mahasiswa	: Fara Aneska Putri Wibowo
Nomor Pokok Mahasiswa	202110415093
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom

NIDN. 0301047107

Strategi Komunikasi, Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran *Word Of Mouth* Dalam Promosi UMKM (Studi Kasus Dapur Mama Rania).
Nama Mahasiswa	: Fara Aneska Putri Wibowo
Nomor Pokok Mahasiswa	202110415093
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025
MENGESAHKAN,

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

Penguji : Dr. Rina Sovianti, S.IP., M.I.Kom .....
NIDN. 0301047107

Sekretaris Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom .....
NIDN. 0327119701

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

Strategi Komunikasi., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang Strategi Komunikasi Pemasaran Word Of Mouth dalam Promosi UMKM (Studi Kasus Dapur Mama Rania). Skripsi 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 dengan kaidah penulisan karya 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 difoto copy 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, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Fara Aneska Putri Wibowo

202110415093

ABSTRAK

Fara Aneska Putri Wibowo 202110415093. Strategi Komunikasi Pemasaran *Word Of Mouth* dalam Promosi UMKM (Studi Kasus Dapur Mama Rania)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran berbasis *Word of Mouth* (WOM) yang diterapkan oleh UMKM kuliner rumahan Dapur Mama Rania di Bekasi. WOM dipandang sebagai strategi yang efektif bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar dan membangun citra merek, terutama dalam kondisi keterbatasan sumber daya promosi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori komunikasi interpersonal DeVito serta teori loyalitas pelanggan Dick & Basu digunakan sebagai landasan teoritis dalam memahami dinamika komunikasi antara pelaku usaha dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dapur Mama Rania berhasil memanfaatkan WOM organik melalui interaksi personal, kualitas produk yang konsisten, dan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Unsur kredibilitas, spontanitas rekomendasi, serta keterlibatan emosional pelanggan menjadi faktor kunci keberhasilan strategi ini. Meskipun tidak mengandalkan media sosial atau promosi digital, WOM mampu menciptakan efek viral yang memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan volume pemesanan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi WOM yang berbasis relasi sosial dan pengalaman otentik memiliki efektivitas tinggi dalam konteks UMKM kuliner rumah tangga. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan strategi komunikasi pemasaran di sektor UMKM, sekaligus menawarkan implikasi praktis bagi pelaku usaha lain dalam mengoptimalkan WOM sebagai sarana promosi yang rendah biaya namun berdampak besar. Ke depan, integrasi WOM dengan platform digital disarankan untuk memperluas cakupan *audiens* tanpa mengorbankan nilai- nilai personal yang telah menjadi kekuatan utama strategi ini.

Kata kunci: *Word of Mouth*, komunikasi pemasaran, UMKM, loyalitas pelanggan, strategi promosi.

ABSTRACT

Fara Aneska Putri Wibowo 202110415093. *Word-of-Mouth Marketing Communication Strategy in Promoting MSMEs (A Case Study of Dapur Mama Rania).*

This study aims to analyze the word-of-mouth (WOM) marketing communication strategy implemented by the home-based culinary microenterprise, Dapur Mama Rania, located in Bekasi, Indonesia. WOM is considered an effective promotional approach for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in expanding market reach and building brand identity, especially under resource constraints. Employing a qualitative approach with a case study method, data were collected through in-depth interviews, participant observations, and documentation. The study draws on DeVito's interpersonal communication theory and Dick & Basu's customer loyalty theory to explore the dynamics of communication between business actors and customers. The findings reveal that Dapur Mama Rania successfully leverages organic WOM through personal interaction, consistent product quality, and positive customer experiences. Credibility, spontaneous recommendations, and emotional engagement are identified as key factors in the success of this strategy. Despite the absence of social media and digital advertising, WOM created a viral effect that strengthened customer loyalty and increased order volume. The study concludes that WOM strategies rooted in social relationships and authentic experiences are highly effective within the context of home-based culinary MSMEs. This research contributes theoretically to the development of marketing communication strategies in the MSME sector and offers practical insights for business owners seeking to optimize WOM as a low-cost yet high-impact promotional tool. Future recommendations include integrating WOM with digital platforms to broaden audience reach without compromising the interpersonal values that are central to its success.

Keywords: *Word of Mouth, marketing communication, MSMEs, customer loyalty, promotional strategy..*

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih atas rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulisan Skripsi dengan judul ***"Strategi Komunikasi Pemasaran Word of Mouth dalam Promosi UMKM (Studi Kasus Dapur Mama Rania)"*** ini berhasil diselesaikan meskipun melalui berbagai tantangan dan hambatan, serta berkat diskusi dan dukungan yang berharga dari berbagai pihak. Semoga Skripsi ini dapat memenuhi tujuan yang diharapkan.

Penulis ingin mengungkapkan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis, Kuncoro Wibowo dan Susi Susyanti, yang selalu memberikan dukungan tanpa henti dan senantiasa mendoakan agar penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik hingga meraih gelar sarjana. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) sebagai Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan terbaik di bawah naungan Yayasan Bhara Bakti.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mewakili kata "mahasiswa" melalui berbagai kegiatan yang memperkaya kemampuan akademis dan praktis penulis.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, yang telah mendukung sepenuhnya penulis selama proses pendidikan hingga penyelesaian Skripsi ini, memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berarti.
4. Ibu Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pemikiran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat berharga kepada penulis, serta kepada seluruh staf akademik yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Strategi Komunikasi... Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Sindi Perasintya, sahabat penulis, yang selalu hadir sebagai sosok yang dapat diandalkan dalam berbagi pengetahuan, dan yang selalu menjadi tempat bagi penulis untuk mengungkapkan keluh kesah.
7. Tak lupa, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada sahabat-sahabat yang senantiasa hadir Nabila Indriani, Salma Khalda Thufailah, Savhira Fitrianda, Syafira Ayu Atikah, Shifa Jasyira Andini, Putri Rachmawati, Safitri Namira Adha, Ka Eskarina, Adek Cindy, Ka Pops, Umi Puji, Bunda Deva, Mima, Iput, Mba ica, Deres, En, dan Intan menjadi ruang aman untuk berbagi, menjadi telinga yang mendengar tanpa menghakimi, dan menjadi alasan untuk tetap waras di tengah tekanan yang tak jarang membuat ragu untuk melangkah. Terima kasih atas tawa, pelukan, dan kalimat-kalimat sederhana yang sering kali menjadi penyelamat dari rasa lelah yang tidak terlihat.
8. Kepada semua orang yang telah membantu dan memberikan dukungan demi kelancaran penyusunan skripsi hingga selesai yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Jakarta, 31 Juli 2025

Fara Aneska Putri Wibowo

NPM: 202110415093

Strategi Komunikasi ... Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**

LEMBAR PERYATAAN ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... ***vi***

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR BAGAN ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Fokus Penelitian 9

1.3 Pertanyaan Penelitian 9

1.4 Tujuan Penelitian 9

1.5 Manfaat Penelitian 10

1.5.1 Manfaat Teoritis 10

1.5.2 Manfaat Praktis 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **11**

2.1 Penelitian Terdahulu 11

Strategi Komunikasi.., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2 Tinjauan konseptual 22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 22
2.2.2 Komunikasi Interpersonal 22
2.2.3 Word Of Mouth (WOM) 23
2.2.4 UMKM 25
2.3 Tinjauan Teoritis 25
2.3.1 Relevansi Word Of Mouth Dalam Konteks Penelitian 26
2.4 Kerangka Berpikir 27
BAB III METODE PENELITIAN 30
3.1 Pendekatan Penelitian 30
3.2 Desain Penelitian 30
3.2.1 Subjek Penelitian 31
3.2.2 Objek Penelitian 32
3.3 Teknik pengumpulan Data 32
3.3.1 Wawancara 33
3.3.2 Observasi 33
3.3.3 Dokumentasi 33
3.4 Teknik Analisis data 34
3.5 Keabsahan Data 34
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian 35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 36
4.1 Hasil Penelitian 36
4.1.1 Gambaran Umum Dapur Mama Rania 36
4.1.2 Profil Informan 38
4.1.3 Bentuk Strategi Word of Mouth 41
4.1.4 Strategi WOM terhadap Penjualan dan Loyalitas Pelanggan 43
4.1.5 Kekurangan Dalam UMKM 44
4.1.6 Peluang untuk Pengembangan Strategi WOM 44
4.2 Pembahasan 45

Strategi Komunikasi.., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.2.1 Aspek Personal 46
4.2.2 Kredibel (Kepercayaan & Reputasi) 47
4.2.3 Kepuasan Pembeli 48
4.2.4 Loyalitas 48
4.2.5 Spontan (Pemicu WOM Dari Konsumen) 49
4.2.6 Pengendalian (Strategi & Manajemen WOM) 51
BAB V PENUTUP 53
5.1 Kesimpulan 53
5.2 Saran 54
5.2.1 Saran Akademis 54
5.2.2 Saran Praktis 54
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Strategi Komunikasi.., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 11
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....33

Strategi Komunikasi.., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia.....4

Gambar 4. 1 Produk Dapur Mama Rania..... 36

Strategi Komunikasi.., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....27

Strategi Komunikasi.., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
Lampiran 3 : Pedoman Observasi
Lampiran 4 : Pedoman Dokumentasi
Lampiran 5 : Transkip Wawancara
Lampiran 6 : Reduksi Data
Lampiran 7 : Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 8 : Form Perbaikan Sidang Skripsi

Strategi Komunikasi.., Fara Aneska Putri Wibowo, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025