

**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**

**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

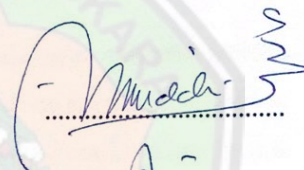
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415184

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

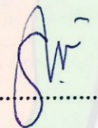
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2023

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

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
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
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>30</b>
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
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>40</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	40
4.2	Deskripsi Key Informan dan Informan Penelitian .....	44
4.3	Hasil Penelitian .....	48
4.4	Pembahasan .....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>66</b>
5.1	Kesimpulan .....	66
5.2	Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>		



## 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

