

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
SATE TAICHAN BENGAWAN DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

**Oleh:
Rivania Eka Ramadhani
201910415419**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI DALAM
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
SATE TAICHAN BENGAWAN DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Sate Taichan Bengawan di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Rivania Eka Ramadhani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415419

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Januari 2024



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan
Eksistensi Sate Taichan Bengawan di Kota
Bekasi

Nama Mahasiswa : Rivania Eka Ramadhani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415419

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dwinarko, Drs., M.M., M.H
NIDN. 312020004

Sekretaris Penguji : Hani Astuti, S.sos, M.I.Kom
NIDN. 0319048601

Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M. Hum
NIDN. 0323057006



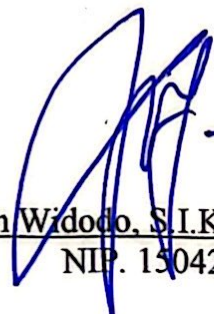
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 2203551



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Strategi Komunikasi Dalam Mempertahankan Eksistensi Sate Taichan Bengawan di Kota Bekasi

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 dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian 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 diandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui porta Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2024

Yang membuat pernyataan



Rivania Eka Ramadhani

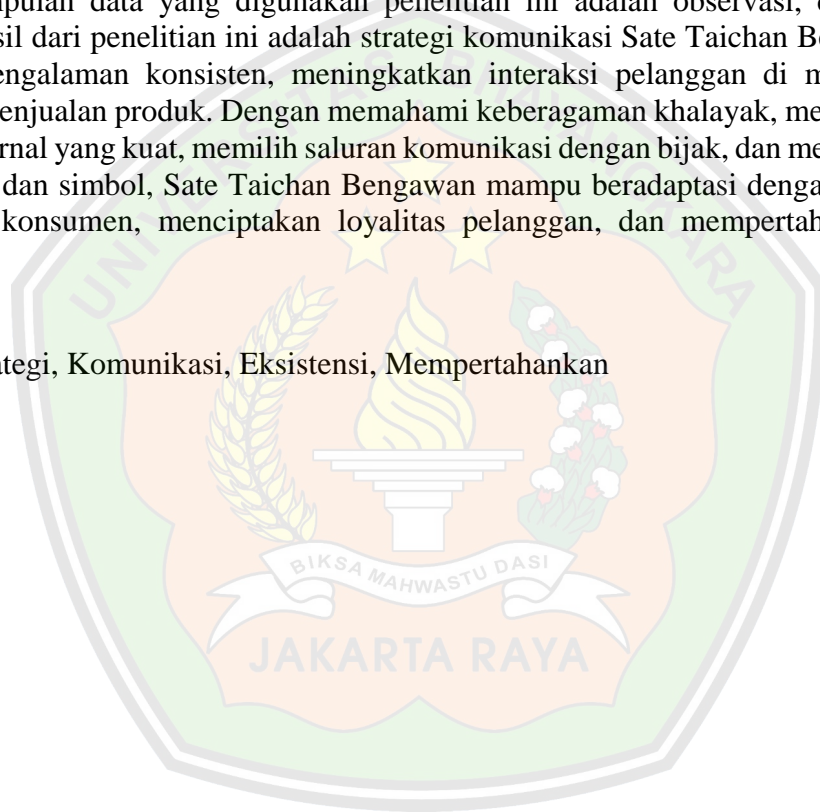
201910415419

ABSTRAK

Rivania Eka Ramadhani. 201910415419. Strategi Komunikasi dalam Mempertahankan Eksistensi Sate Taichan Bengawan di Kota Bekasi.

Salah satu kuliner sate yang hingga saat ini masih cukup di gemari kalangan remaja hingga dewasa yaitu kuliner Sate Taichan dan sudah terbilang banyak UMKM Sate Taichan di Jabodetabek. Hal ini membuat para pebisnis harus mempertahankan eksistensinya dan memiliki strategi komunikasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi Sate Taichan Bengawan dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan konsep Anwar Arifin dan Ibnu Hamad. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi Sate Taichan Bengawan berhasil menciptakan pengalaman konsisten, meningkatkan interaksi pelanggan di media sosial, dan meningkatkan penjualan produk. Dengan memahami keberagaman khalayak, menerapkan strategi komunikasi internal yang kuat, memilih saluran komunikasi dengan bijak, dan menciptakan makna melalui display dan simbol, Sate Taichan Bengawan mampu beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi konsumen, menciptakan loyalitas pelanggan, dan mempertahankan eksistensi bisnisnya.

Kata kunci: Strategi, Komunikasi, Eksistensi, Mempertahankan

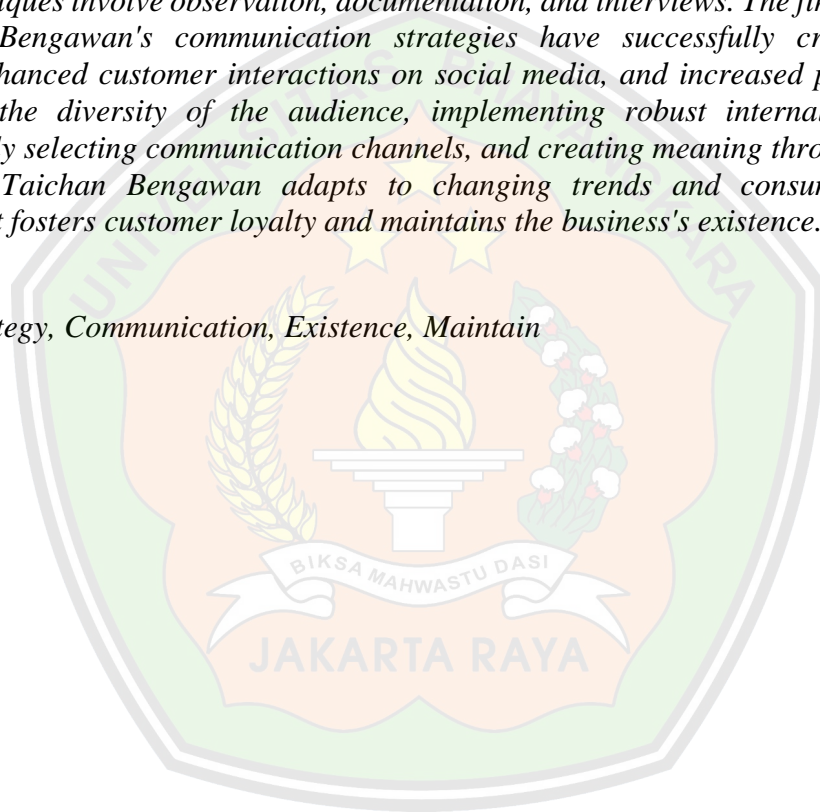


ABSTRACT

Rivania Eka Ramadhani. 201910415419. Communication Strategies in Maintaining the Existence of Sate Taichan Bengawan in Bekasi City

One of the satay culinary delights that continues to be favored by teenagers and adults is the Sate Taichan, and there are already numerous Small and Medium Enterprises (UMKM) of Sate Taichan in the Jabodetabek area. This phenomenon necessitates entrepreneurs to uphold their existence and employ effective communication strategies. This research aims to explore the communication strategies of Sate Taichan Bengawan in sustaining its existence. The study employs qualitative descriptive research using the concepts of Anwar Arifin and Ibnu Hamad. Data collection techniques involve observation, documentation, and interviews. The findings reveal that Sate Taichan Bengawan's communication strategies have successfully created consistent experiences, enhanced customer interactions on social media, and increased product sales. By understanding the diversity of the audience, implementing robust internal communication strategies, wisely selecting communication channels, and creating meaning through displays and symbols, Sate Taichan Bengawan adapts to changing trends and consumer preferences. Consequently, it fosters customer loyalty and maintains the business's existence.

Keywords: Strategy, Communication, Existence, Maintain



KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah S.W.T berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-nya Kepada Kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI SATE TAICHAN BENGAWAN DI KOTA BEKASI”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tentunya Skripsi ini dibuat dengan doa dan dukungan orang tua tercinta, yaitu bapak Rival dan ibu Eny Herlina.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

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 Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M. Hum sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan evaluasi kepada penulis selama proses penyusunan proposal skripsi ini tanpa lelah. Terima kasih atas segala ilmu dan motivasi yang telah diberikan.
5. Segenap para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
6. Aisyah Arum dan Elin Marlina sahabat sejak awal memulai perkuliahan saya hingga merintis penelitian ini, dimana susah senangnya bersama mereka.
7. Untuk teman-teman saya yang setia hingga 10 tahun ini masih bersama Adhitya Fariz, Amelia Sari, Ayu farsya, Alfarra Yosi, Fauzan Zaman, Gading Raidian, Mohamad Fajar, Muthia Septi, Nurul Khoirunisa, Nurul

Maulidina, Syarif Hidayatullah, terima kasih sudah saling menguatkan satu sama lain dan memberi semangat.

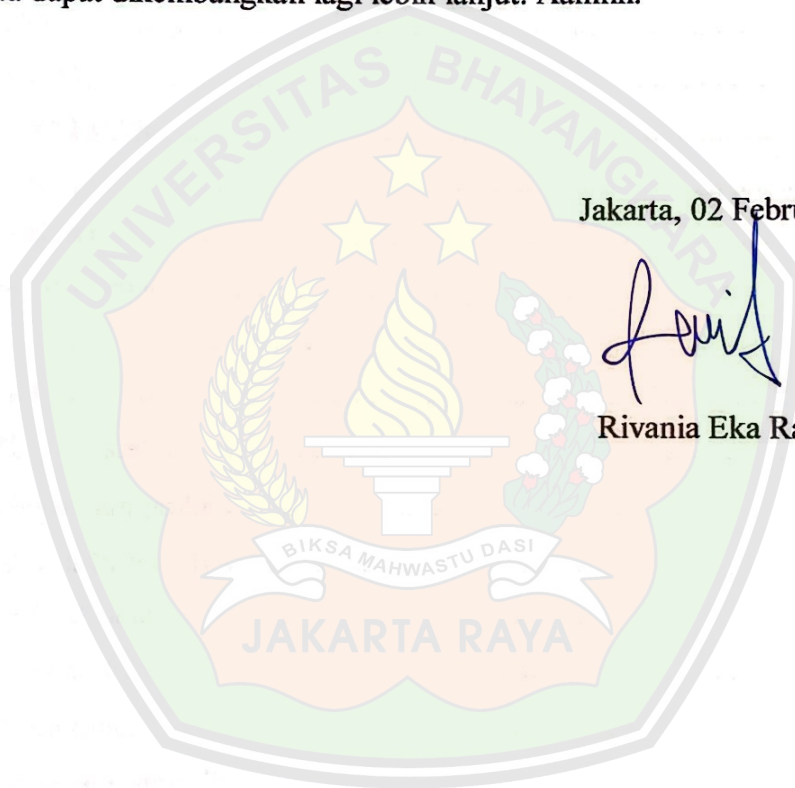
8. Aditya Sukma Ramadhan, yang telah memberikan dukungan serta semangat. Terima kasih senantiasa sabar menghadapi saya
9. Terima kasih untuk teman-teman kampus Kuproy yang menemani saya selama 8 semester.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang pendidikan dan juga di lapangan, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Aamiin.

Jakarta, 02 Februari 2024



Rivania Eka Ramadhani



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	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan teoritis.....	7
1.5.2 Kegunaan praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kerangka Konsep.....	13
2.2.1 Komunikasi.....	13
2.2.2 Strategi komunikasi.....	14
2.2.3 Strategi mempertahankan bisnis	19
2.2.4 Eksistensi	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Metode Penelitian	23
3.3 Subjek Penelitian.....	24
3.4 Informan Penelitian	24

3.5	Teknik Pengumpulan Data	25
3.5.1	Wawancara	25
3.5.2	Observasi	25
3.5.3	Dokumentasi	25
3.6	Teknik Analisis Data	26
3.6.1	Reduksi data	26
3.6.2	Penyajian data	26
3.6.3	Penarikan kesimpulan	27
3.7	Triangulasi	27
3.8	Lokasi Penelitian & Waktu Penelitian	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.1.1	Gambaran umum Sate Taichan Bengawan	29
4.1.2	Profil informan	30
4.1.3	Sejarah dan perkembangan Sate Taichan Bengawan	30
4.2	Manajerial Sate Taichan Bengawan	32
4.2.1	SDM Sate Taichan Bengawan	32
4.2.2	Strategi Sate Taichan Bengawan dengan pelanggan dan calon pelanggan	34
4.2.3	Makna logo dan seragam karyawan	36
4.2.4	Produk	38
4.2.5	Fasilitas Sate Taichan Bengawan	39
4.2.6	Promosi	41
4.2.7	Media Sate Taichan Bengawan	43
4.2.8	Keterlibatan Pelanggan di lokasi dan media sosial	45
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	46
4.3.1	Konsep strategi perencanaan Anwar Arifin (1984)	46
4.3.2	Konsep komunikasi wacana Ibnu Hamad (2006)	51
4.4	Model Bisnis Canvas	54
4.5	Strategi Berdasarkan Elaborasi Konsep	58
4.6	Pembahasan Strategi Komunikasi	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Kesimpulan	63

5.2	Saran.....	64
5.2.1	Saran akademis.....	64
5.2.2	Saran praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA		65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Sate Taichan Terbanyak	3
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2. Efektivitas Tujuan Program Komunikasi Berdasarkan Pendekatan	18
Tabel 3.1. Daftar Informan Penelitian	24
Tabel 3.2. Perencanaan Penelitian	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Survei Jenis Sate Berdasarkan Pendapat Remaja dan Dewasa di Bandung, Jakarta dan Bekasi	2
Gambar 1.2. Rating Sate Taichan di Bekasi.....	4
Gambar 1.3. Grafik Rata-rata Penjualan Sate Taichan Bengawan.....	5
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	22
Gambar 4.1. Logo Sate Taichan Bengawan.....	29
Gambar 4.2. Sate Taichan Bengawan di Acara Kuliner	36
Gambar 4.3. Logo Sate Taichan Bengawan	37
Gambar 4.4. Penempatan Menu Sate Taichan Bengawan	39
Gambar 4.5. Fasilitas Sate Taichan Bengawan	40
Gambar 4.6. Promosi Sate Taichan Bengawan pada Instagram.....	42
Gambar 4.7. Instagram Sate Taichan Bengawan.....	44
Gambar 4.8. Bisnis Model Canvas Sate Taichan Bengawan	55
Gambar 4.9. Strategi Berdasarkan Elaborasi Konsep.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Biodata Diri

Lampiran II : Daftar Wawancara

Lampiran III : Dokumentasi Wawancara

Lampiran IV : Kartu bimbingan proposal dan skripsi

Lampiran V : Form perbaikan skripsi

