

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM “MIE  
JELETOT MAMA DIAZ” DALAM MENINGKATKAN  
KONSUMEN DI KABUPATEN BEKASI**

**Skripsi**

**Oleh :**

**Shellin Dwi Aliza**

**202010415331**



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

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM “MIE  
JELETOT MAMA DIAZ” DALAM MENINGKATKAN  
KONSUMEN DI KABUPATEN BEKASI**

**Skripsi**

**Oleh :  
Shellin Dwi Aliza  
202010415331**



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

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran UMKM  
"Mie Jeletot Mama Diaz" Dalam  
Meningkatkan Konsumen di Kabupaten  
Bekasi

Nama Mahasiswa : Shellin Dwi Aliza

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415331

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 30 Januari 2024



Jakarta, 12 Februari 2024

**MENYETUJUI,**  
Pembimbing

Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0303108001

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Pemasaran UMKM  
"Mie Jeletot Mama Diaz" Dalam  
Meningkatkan Konsumen di Kabupaten  
Bekasi

Nama Mahasiswa : Shellin Dwi Aliza

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415331

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal Sidang Skripsi : 30 Januari 2024

Jakarta, 13 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Novrian, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN 0309097603


Penguji : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN 0303108001

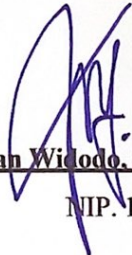
Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M. Tr. Par  
NIDN 0310068902

MENGETAHUI:

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

  
Syahrul Hidavanto, 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 **Penerapan Komunikasi Pemasaran UMKM "Mie Jeletot Mama Diaz" Dalam Meningkatkan Konsumen di Kabupaten 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 sesuai kaidah penelitian karya 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 digandakan 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, 12 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Shellin Dwi Aliza

202010415331

## ABSTRAK

**Shellin Dwi Aliza, 202010415331.** Penerapan Komunikasi Pemasaran UMKM "Mie Jeletot Mama Diaz" Dalam Meningkatkan Konsumen di Kabupaten Bekasi.

Penerapan Komunikasi Pemasaran pada penelitian UMKM "Mie Jeletot Mama Diaz" yaitu dengan melalui media sosial dan WOM (Words Of Mouth) berlandaskan berdasarkan konsep 4P yaitu *product, price, place, promotions*. Namun, yang mendominasi diantara konsep 4P yakni *promotions*. Pada konsep promosi atau *promotions*, UMKM "Mie Jeletot Mama Diaz" menggunakan berbagai cara yaitu membuat promo atau melakukan update di sosial media serta juga melakukan WOM (*Words Of Mouth*). WOM sendiri ialah ajakan atau menginformasikan yang dilakukan pelanggan untuk mengajak dan menawarkan promo produk secara personal ke kalangan masyarakat. Pentingnya WOM bagi UMKM "Mie Jeletot Mama Diaz" ini yaitu dapat menarik minat pelanggan dan mempertahankan omset.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, UMKM, Bauran Pemasaran

## ***ABSTRACT***

**Shellin Dwi Aliza, 202010415331.** Implementation of Marketing Communication for MSMEs "Mie Jeletot Mama Diaz" in Increasing Consumers in Bekasi Regency.

The application of Marketing Communication in the research of MSMEs "Mie Jeletot Mama Diaz", namely through social media and WOM (Words Of Mouth) is based on the 4P concept, namely product, price, place, promotions. However, what dominates among the 4P concepts is promotions. In the concept of promotion or promotions, UMKM "Mie Jeletot Mama Diaz" uses various methods, namely making promos or updating on social media and also doing WOM (Words Of Mouth). WOM itself is an invitation or information carried out by customers to invite and offer product promos personally to the community. The importance of WOM for MSMEs "Mie Jeletot Mama Diaz" is that it can attract customers and maintain turnover.

Keywords: Marketing Communication, MSMEs, Marketing Mix



## KATA PEGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia nyaserta doa, dukungan dan motivasi keluarga tercinta sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dari awal hingga akhir dengan judul **Penerapan Komunikasi Pemasaran UMKM “Mie Jeletot Mama Diaz” Dalam Meningkatkan Konsumen di Kabupaten Bekasi.**

Selama dalam pengerjaan skripsi ini peneliti ingin berterima kasih kepada kedua orangtuaku, ayahku Alm. Abdul Majid dan bundaku Almh. Awin Purwanti yang telah membesarkanku, mendidik dan tidak pernah lelah dalam memberikan kasih sayangnya kepadaku serta memberikan materi yang cukup berarti serta telah mengajarkan arti sebuah kesabaran, kejujuran dalam hidup. Karya ini saya persembahkan untuk kalian. Terima kasih pada ayah (Alm.) dan ibu (Almh.), dan kelak cita-cita saya ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk kalian, dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada ayah dan ibu. Serta kakek dan tante, Tukidi dan Ning Suwantri yang senantiasa selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dan kasih sayangnya kepada penulis. Sanak saudara, atas doa dan semangat, serta kasih sayang yang selalu tercurah selama ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM., 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 Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.S.i., selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Wichitra Yasya, S.Si., M.Commun., selaku Dosen Pembimbing



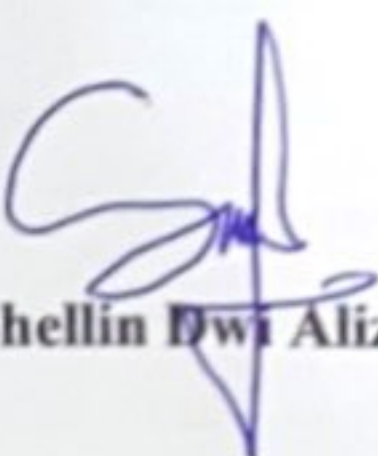
Akademik penulis.

5. Bapak Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan serta saran yang sangat berarti dalam penyusunan Proposal Skripsi ini.
6. Pemilik kedai “Mie Jeletot Mama Diaz”, ibu Mardiyah atas dukungannya.
7. Segenap Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti serta seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu penulis.
8. Organisasi BEM FIKOM periode 2021-2022 atas semua dukungan dan pengalamannya.
9. Teman-Teman Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan kepada peneliti selama pengerjaan skripsi ini.
10. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena tidak menyerah dan tetap berjuang dalam keadaan apapun. Terima kasih sudah berusaha keras sekuat tenaga dan sabar dalam menghadapi banyaknya rintangan dan cobaan. Terima kasih sudah tetap kuat dan tetap mau untuk bertahan hingga saat ini. *You made it, Shel!*

Penulis menyadari betul bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangan, oleh karena itu penulis sangat menghargai adanya kritik dan saran dari berbagai pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat juga bagi penulis khususnya.

Jakarta, 23 Januari 2024

Penulis



Shellin Dwi Aliza

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PEGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TEBEL .....</b>	<b>ixix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ixixix</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xixixix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xixv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Kerangka Konsep.....	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	17
2.2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	19
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	20
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21
2.2.5 Minat Beli Konsumen.....	22
2.2.6 Usaha Mikro, Kecil, Menengah .....	23
2.2.7 Media Sosial Instagram.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	27

3.2	Metodologi Penelitian.....	28
3.3	Informan dan <i>Key Informan</i> .....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.5	Teknik Analisis Data .....	30
3.5.1	Reduksi Data.....	30
3.5.2	Penyajian Data.....	31
3.5.3	Pengujian Kesimpulan .....	31
3.6	Triangulasi Data.....	31
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.7.1	Lokasi Penelitian .....	32
3.7.2	Waktu Penelitian .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>34</b>
4.1	Gambaran Umum UMKM “Mie Jeletot Mama Diaz” .....	34
4.2	Obyek Penelitian “Mie Jeletot Mama Diaz” .....	36
4.2	<i>Key Informan</i> dan Informan Penelitian .....	37
4.3	Hasil Penelitian.....	42
4.4	Pembahasan.....	46
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>53</b>
5.1	Kesimpulan .....	53
5.2	Saran.....	53
5.2.2	Saran Praktis .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>59</b>

## DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1</u> <u>Tabel Penelitian Terdahulu</u> .....	12
<u>Tabel 2.1</u> <u>Tabel Waktu</u> .....	32
<u>Tabel 3.1</u> <u>Tabel Key Informan dan Informan</u> .....	38



## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1.1</u> <u>Gambar Komentar Instagram</u> .....	4
<u>Gambar 1.2</u> <u>Gambar FYP Tiktok</u> .....	6
<u>Gambar 4.1</u> <u>Gambar Logo UMKM</u> .....	34
<u>Gambar 4.2</u> <u>Gambar Peta Lokasi</u> .....	37
<u>Gambar 4.3</u> <u>Gambar Owner UMKM</u> .....	37
<u>Gambar 4.4</u> <u>Foto Informan Rekha Maulida Anjani</u> .....	39
<u>Gambar 4.5</u> <u>Foto Informan Risdha Mulyani</u> .....	40
<u>Gambar 4.6</u> <u>Foto Informan Annanda Nabila Syaharani</u> .....	41
<u>Gambar 4.7</u> <u>Gambar Foodvloger konten melalui youtube</u> .....	44
<u>Gambar 4.8</u> <u>Gambar Voucher Diskon Ongkir @miejeletotmamadiaz</u> .....	45
<u>Gambar 4.9</u> <u>Gambar Lomba @miejeletotmamadiaz</u> .....	45
<u>Gambar 4.10</u> <u>Gambar Pembayaran Non Tunai @miejeletotmamadiaz</u> .....	52

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran ..... 26



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Biodata Mahasiswa  
LAMPIRAN II : Transkrip Wawancara  
LAMPIRAN III : Surat Pengantar  
LAMPIRAN IV : Kartu Bimbingan  
LAMPIRAN V : Form Perbaikan Sidang Skripsi

