STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAUCIKO COFFEE & EATERY DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN

SKRIPSI

Oleh :

Anita Wulandari

201810415137

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SAUCIKO COFFEE & EATERY DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN

SKRIPSI

Oleh :
Anita Wulandari
201810415137

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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Sauciko Coffee & Eatery Dalam Menarik Minat Pelanggan
Nama Mahasiswa	: Anita Wulandari
Nomor Pokok Mahasiswa	201810415137
Program Studi / Fakultas	: Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang Skripsi	: 05 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing

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

NIDN. 0303108001

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Sauciko Coffee & Eatery Dalam Menarik Minat Pelanggan
Nama Mahasiswa	: Anita Wulandari
Nomor Pokok Mahasiswa	201810415137
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 05 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN. 322038901	.....
Penguji	: Saeful Mujab. S.Sos. M.I.Kom NIDN. 0303108001	.....
Sekretaris Penguji	: Pagi Muhammad, S.I.Kom,.M.I.Kom NIDN. 0310038403	.....

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Sauciko Coffee & Eatery Dalam Menarik Minat Pelanggan" adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagaimana referensi yang sebenarnya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan 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 mengijinkan skripsi ini dipinjamm dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Jakarta, 14 Februari 2025



Anita Wulandari

201810415137

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Sauciko Coffee & Eatery dalam menarik minat pelanggan serta mengetahui tanggapan pelanggan dalam strategi pemasaran yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan teori bauran komunikasi pemasaran (advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan interactive marketing) dengan metode kualitatif deskriptif. Subjek penelitian melibatkan pemilik, karyawan, dan pelanggan Sauciko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sauciko memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui konten yang menarik, penawaran promosi, serta interaksi. Meski demikian tantangan yang dihadapi adalah konsistensi dalam promosi dan pengembangan konten. Strategi komunikasi pemasaran ini terbukti berperan penting dalam daya saing bisnis Sauciko Coffee & Eatery.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Media sosial, Sauciko Coffee & Eatery.

ABSTRACT

This research aims to find out the interactive marketing communication strategies applied by Sauciko Coffee & Eatery in attracting customers and identifying customer responses to marketing strategies carried out. This research uses the theory of marketing communication mix (advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and interactive marketing) with descriptive qualitative method. The research subjects involved the owner, employees, and customers of Sauciko.The results showed that Sauciko effectively utilizes social media such as Instagram and TikTok to promote products, establish relationships with customers, and increase customer engagement through interesting content, promotional offers, and responsive interactions. However, the challenge is consistency in promotion. This interactive marketing communication strategy proved to be instrumental in increasing customer loyalty and business competitiveness of Sauciko Coffee & Eatery.

Keywords: *communication marketing, Social media, Sauciko Coffee & Eatery*.

ABSTRACT

This research aims to find out the interactive marketing communication strategies applied by Sauciko Coffee & Eatery in attracting customers and identifying customer responses to marketing strategies carried out. This research uses the theory of marketing communication mix (advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and interactive marketing) with descriptive qualitative method. The research subjects involved the owner, employees, and customers of Sauciko.The results showed that Sauciko effectively utilizes social media such as Instagram and TikTok to promote products, establish relationships with customers, and increase customer engagement through interesting content, promotional offers, and responsive interactions. However, the challenge is consistency in promotion. This interactive marketing communication strategy proved to be instrumental in increasing customer loyalty and business competitiveness of Sauciko Coffee & Eatery.

Keywords: *communication marketing, Social media, Sauciko Coffee & Eatery*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, sehat serta karunianya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari orang orang terdekat dan tercinta, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih 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 Bhayagkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Saeful Mujab. S.Sos. M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungannya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik 2018 yang sebelumnya telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungannya kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kepada kedua orang tua, Bapak Setu Salim & Ibu Tri Jumani dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis, dua orang yang sudah mendidik penulis, yang selalu mendukung, mendoakan, memberikan dan mengusahakan apapun untuk penulis, sehingga penulis tidak pernah merasa kekurangan sedikitpun. Beribu-ribu terimakasih penulis ucapkan kepada bapak dan ibu, karena mereka salah satu alasan penulis untuk bisa menyelesaikan pendidikan ini.

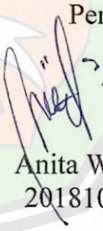
Strategi Komunikasi.., Anita Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

8. Kepada Mas Azhar Adam Mardhani, Terimakasih sudah menemani dan menjadi saksi penulis untuk berproses sejauh ini, terimakasih sudah banyak meluangkan waktu, memberikan bantuan serta dukungan kepada panulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan terimakasih atas cinta kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
9. Rekan-rekan semasa kuliah yang terdiri dari, Armania Agustin Diosi Lubis S.I.Kom, Vitaloka Diana Putri S.I.Kom, Hanzha Nur Audia R, S.I.Kom, Fenna Lifrida S.I.Kom dan Shalsa Billa Fadillah S.I.Kom yang telah membantu, memberi dorongan dan semangat kepada panulis.
10. Teman-teman yang terdiri dari Heni Siti Nuraini, M Farisan Bajily, Anggi Surya yang selalu memberikan semangat, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman angkatan 2018 terutam kepada teman kelas Fikom B1.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan. Dengan demikan, penulis mengharapkan saran serta kritik. Sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik. Akhir kata, semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 14 Februari 2025

Penulis



Anita Wulandari
201810415137

Strategi Komunikasi.., Anita Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vi**
i
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ixx**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiiiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 6
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 7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
2.1 Penelitian Terdahulu 8
2.2 Kerangka Konsep 12
2.2.1 Pengertian Strategi 12
2.2.2 Komunikasi Pemasaran 14
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran 15
2.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran 16
2.2.5 Minat Pelanggan 18

Strategi Komunikasi.., Anita Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3 Kerangka Pemikiran....20
BAB III METODE PENELITIAN....21
3.1 Jenis Penelitian....21
3.2 Metode Penelitian....22
3.3 Subjek dan Objek Penelitian....23
3.3.1 Subjek Penelitian....23
3.3.2 Objek Penelitian....23
3.4 Teknik Pengumpulan Data....23
3.5 Teknik Analisis Data....25
3.6 Teknik Keabsahan Data....26
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian....27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....28
4.1 Deskrpsi Objek Penelitian....28
4.1.1 Profil Sauciko Coffee & Eatery....28
4.1.2 Profil Informan Penelitian....29
4.1.3 Hasil Penelitian....29
4.1.3.1 Komunikasi Pemasaran....31
4.1.3.2 Media Sosial....31
4.1.3.3 Promosi Produk....35
4.1.4 Pembahasan....44
BAB V PENUTUP....46
5.1 Kesimpulan....46
5.2 Saran....46
DAFTAR PUSTAKA....46
LAMPIRAN....48

Strategi Komunikasi.., Anita Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 8
Tabel 3.1 Waktu Penelitian 27
Tabel 4.1 Profil Informan Penelitian 29

Strategi Komunikasi.., Anita Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 sauciko coffee & eatery 3
Gambar 1.2 Akun instagram sauciko *coffee* & *eatery* 4
Gambar 4.1 Logo Sauciko Coffee & Eatery 28
Gambar 4.2 Akun instagram sauciko coffee & eatery 33
Gambar 4.3 Akun tiktok sauciko coffee & eatery 34
Gambar 4.4 Postingan instagram kuliner bekasi 40

Strategi Komunikasi.., Anita Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 Biodata Penulis 51
Lampiran 2 Hasil Reduksi & Penyajian Data 52
Lampiran 3 Pedoman Wawancara 55
Lampiran 4 Tanskip Wawancara 57
Lampiran 5 dokumentasi Wawancara 64

Strategi Komunikasi.., Anita Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025