

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE DISTRICT 38
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



ZIDAN WAHYUDI

NIM. 1908302111

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2023 M / 1445 H**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE DISTRICT 38
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2023 M / 1445 H**

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE DISTRICT 38 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

ZIDAN WAHYUDI

NIM. 1908302111

Strategi komunikasi pemasaran menjadi alat yang penting dan mulai diperhitungkan dengan serius dalam sistem pemasaran untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut, dimana cara penyampaian ke konsumen menjadi hal yang sangat penting. Bisnis kedai kopi atau bisa disebut juga coffee shop yang mulai bermunculan satu demi satu di Indonesia, dan salah satunya yaitu cafe District 38 atau bisa disebut juga Gelato and Coffee 38 di Cirebon

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran cafe Distric 38 dalam meningkatkan penjualan dan untuk mengetahui bentuk komunikasi pemasaran promosi apasaja yang dilakukan oleh cafe District 38.

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah menggunakan, a) Observasi, yang dilakukan dalam lapangan untuk mengetahui fenomena yang terjadi didalam hal yang diteliti. b) Wawancara, dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber agar mendapatkan sebuah data yang akurat. c) Dokumentasi, berbentuk sebuah gambar atau foto dan lainnya.

Hasil dari penelitian Strategi komunikasi pemasaran yang sudah ditetapkan oleh cafe District 38 ini menggunakan suatu pertimbangan teori IMC dengan menerapkan pole Advertising, Sales Promotion, dan Personal Selling. Dan juga mempertimbangkan sebuah bauran pemasaran 4P yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), promotion (promosi), dengan mengaplikasikan menggunakan sebuah media online yaitu sosial media. Adapun suatu faktor pada strategi komunikasi pemasaran cafe District 38 itu suatu penerapan komunikasi pemasaran yang begitu maksimal, dan juga sebuah kualitas produk dan kemasan yang layak bersaing di pasaran.

Kata Kunci: Cafe District 38, Pemasaran, Penjualan, Strategi Komunikasi

ABSTRACT

ANALYSIS OF DISTRICT 38 CAFE'S MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN INCREASING SALES

ZIDAN WAHYUDI

NIM. 1908302111

Marketing communication strategy is an important tool and is starting to be taken seriously in the marketing system to answer these challenges, where the way of delivery to consumers is very important. The coffee shop business or can also be called a coffee shop that is starting to emerge one after another in Indonesia, and one of them is District 38 cafe or can also be called Gelato and Coffee 38 in Cirebon.

This study aims to determine the marketing communication strategy of cafe District 38 in increasing sales and to find out what forms of promotional marketing communication are carried out by cafe District 38.

The method used is descriptive qualitative. The data collection technique is to use, a) Observation, which is carried out in the field to find out the phenomena that occur in the matter under study. b) Interview, by asking questions to sources in order to get accurate data. c) Documentation, in the form of a picture or photo and others.

The results of the study The marketing communication strategy set by District 38 cafe uses a consideration of IMC theory by applying pole Advertising, Sales Promotion, and Personal Selling. And also considers a 4P marketing mix, namely product (product), price (price), place (place), promotion (promotion), by applying using an online media, namely social media. As for a factor in the District 38 cafe marketing communication strategy, it is an application of marketing communication that is maximized, as well as a product quality and packaging that is worthy of competing in the market.


Keywords: Cafe District 38, Marketing, Sales, Communication Strategy

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE
DISTRICT 38 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Oleh:
Zidan Wahyudi

Menyetujui

Pembimbing 1


Dr. Jaja Suteja, M.Pd.I
NIP. 19830705 201101 1 014

Pembimbing 2


Abdu Zkrillah, M.Ds
NIP. 19911105 201903 1 013

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam


Dr. Ariel Rachman, M.S.I
NIP. 19690927 200003 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi ini dari saudari:

Nama : Zidan Wahyudi
NIM : 1908302111
Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe District 38 Dalam Meningkatkan Penjualan

Kami berharap bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PEMBIMBING I



Dr. Jaja Suteja, M.Pd.I.
NIP. 19830705 201101 1 014

PEMBIMBING II



Abdu Zikrillah, M.Ds.
NIP. 19911105 201903 1 013

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zidan Wahyudi

Nim : 1908302111

Fakultas/Jurusan : Dakwah Dan Komunikasi Islam/Komunikasi Dan Penyiaran
Islam

Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe District 38
Dalam Meningkatkan Penjualan

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulisan yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, Agustus 2023






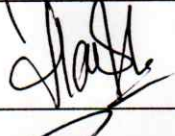


Zidan Wahyudi

NIM. 1908302111

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE DISTRICT 38 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN "

Zidan Wahyudi, NIM. 1908302111. Telah dimunaqosyahkan. Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiriran Islam (KPI) Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Panitia Munaqosyah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan Dr. Arief Rachman, M.Si NIP. 19690927 200003 1 003	28-05-2024	
Sekretaris Jurusan Abdu Zikrillah, M.Ds NIP. 19911105 201903 1 003	29-05-2024	
Penguji I Dr. Arief Rachman, M.Si NIP. 19690927 200003 1 003	28-05-2024	
Penguji II Dessy Kushardyanti, M.A NIP. 19931219 202012 2 016	29-05-2024	
Pembimbing I Dr. Jaja Suteja, M.Pd.I NIP. 19830705 201101 1 014	28-05-2024	
Pembimbing II Abdu Zikrillah, M.Ds NIP. 19911105 201903 1 003	29-05-2024	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



Dr. Siti Fatimah, M.Hum
NIP. 19650914 199803 2 001

KATA PERSEMBAHAN

Assamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin... segala puji bagi Allah SWT pemilik dunia alam semesta dan seisinya, tiada Tuhan selain Allah dan hanya kepada-Nya kita memohon dan berharap. Dengan Rahmat-Nya yang sangat luarbiasa skripsi ini dapat terselesaikan. Tak lupa Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan yang baik bagi seluruh umat muslim.

Skripsi ini merupakan persembahan untuk orang-orang yang saya sayangi. Teruntuk, Wanita tangguh yang tidak pernah lelah Ibu Yuli Agustina yang membesarkan dengan penuh kasih sayang serta selalu menyemangati, memotivasi, dan mendoakan tiada henti dan Ayah Mashudi yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan selalu, menghibur serta mendukung segala hal yang saya lakukan. Teruntuk Calon Istriku tercinta, Halimah yang selalu mendukung semangat ku, baik ketika aku malas, ketika aku capek, kamu selalu mendukung dan memberi semangat, oleh karena itu aku menulis ini untukmu sayangku yang selalu saya rindukan selama penulisan skripsi ini. Terimakasih atas doa, dorongan, nasehat, semangat, cinta dan kasih sayang yang tak pernah berhenti, peran kalian tidak akan tergantikan oleh siapapun.

Teruntuk Kostan Forbies, M. Rifki, Imam WahyudI, Ade Royhan, Imam Nursidik, dan Bisma Rifky selaku para penggemar butang terimakasih telah menjadi keluarga yang menghangatkan. Terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, memberikan semangat, dan dorongan, tanpa kalian mungkin saya sudah menyerah sedari awal, kalian adalah salah satu alasan saya dapat merasa nyaman, kalian sangat lucu walaupun kadang suka nyeleneh tapi bersama kalian penulisan skripsi ini tetap terasa memusingkan, Semoga kita semua diberikan kesuksesan dan bisa dipertemukan dengan kesuksesan kita masing-masing. Forbies mangaaaaann!!!

Tak lupa teman-teman ku di KPI C 2019, teman-teman lainnya yang takbisa dipersebutkan satu persatu dan tidak menguragi rasa hormat kepada kalian terimakasih atas masa perkulihannya semoga kita semua diberikan kesuksesan.

Salam Hangat,

Zidan Wahyudi



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Zidan Wahyudi, lahir di Cirebon pada tanggal 03 Januari 2001. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, anak dari Bapak Mashudi dan Ibu Yuli Agustina. Berdomisili di Cirebon, tepatnya di Desa Kejuden Kecamatan Depok Kabupaten Cirebon.

Gmail : zidyudi57@gmail.com

Adapun riwayat pendidikan yang pernah penulis tempuh adalah:

1. SDN 1 Tegalwangi
2. SMP Negeri 1 Depok
3. SMA Negeri 1 Plumbon
4. IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

MOTTO HIDUP

***“ Tidur Adalah Cara Melepaskan Semua Pikiran
Dengan Penuh Damai “***



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
A. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	8
1. Deskripsi.....	8
2. Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	13
3. Ciri-ciri Komunikasi Pemasaran.....	14

4. Langkah-langkah Komunikasi Pemasaran.....	14
5. Unsur-unsur Komunikasi Pemasaran	16
B. Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran.....	16
C. Model AIDA	20
D. Penelitian Terdahulu	21
BAB III	24
METODOLOGI DAN DESKRIPSI PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Pendekatan Penelitian	24
C. Sumber Data.....	24
D. Tempat dan Waktu Penelitian	25
1. Lokasi Penelitian	25
2. Waktu Penelitian	25
E. Deskripsi Objek Penelitian	26
F. Penentuan Sumber Informasi	29
G. Teknik Pengumpulan Data	31
H. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian	35
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe District 38.....	38
2. Bentuk Komunikasi Pemasaran	46
B. Pembahasan.....	55
BAB V	61
PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu penelitian.....	28
Tabel 3.2 Daftar Nama Narasumber.....	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Produk Cafe District 38.....	40
Gambar 4.2 Lokasi Cafe District 38.....	44
Gambar 4.3 Promosi Cafe District 38.....	46
Gambar 4.4 Sosial Media Cafe District 38.....	49
Gambar 4.5 Loyalty Card Cafe District 38.....	51

