



UNIVERSITAS NASIONAL

**KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM KOPI DODOL
DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN**

(Studi Pada Kopi Dodol Pasar Minggu)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

M. FEBRIAN EKA SAPUTRA

193516516477

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION IN DODOL COFFEE
IN INCREASING CONSUMER ATTRACTIVENESS
(STUDY ON SUNDAY MARKET DODOL COFFEE)**

THESIS

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of
Communication Science (S.I.Kom)**

M. FEBRIAN EKA SAPUTRA

193516516477

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : M. Febrian Eka Saputra
NPM : 193516516477

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM
KOPI DODOL DALAM MENINGKATKAN DAYA
TARIK KONSUMEN (Study pada Kopi Dodol Pasar
Minggu)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, Pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijasah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 14 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan

M. Febrian Eka





Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Nasional

FORMULIR PERSETUJUAN
SKRIPSI

Nama : M. Febrian Eka Saputra
NPM : 193516516477
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Komunikasi pemarkan terpadu dalam kopi dodol dalam meningkatkan daya tarik konsumen.
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diajukan
Jakarta, Januari 2024.

Dosen Pembimbing

Dra, Masnah.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si



Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Nasional

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M. Febrian Eka Saputra
NPM : 193516516477
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik
Judul Skripsi : Komunikasi pemasaran terpadu dalam kopi dodol dalam meningkatkan daya tarik konsumen.
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 14 Maret 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Masnah.Si

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : M.Febrian Eka Saputra
Npm : 193516516477
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Dalam Kopi Dodol Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen

Telah berhasil di pertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : (.....)

Pembimbing : (.....)

Penguji : (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Maret 2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Febrian Eka Saputra
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516477
Jurusan : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Program Studi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU
DALAM KOPI DODOL DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 04 Maret 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 13 Maret 2024

Ketua Sidang : Aas Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

Penguji I : Yuyu Sriwartin, S.Sos., M.Si

Penguji II : Dra, Masnah, Si

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah ditjikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Muhammad Febrian Eka Saputra
NPM : 193516516477
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunik
Tanggal Sidang : 04 Maret 2024




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM KOPI DODOL DALAM MENINGKATKAN
DAYA TARIK KONSUMEN

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION IN DODOL COFFEE IN INCREASING
CONSUMER ATTRACTIVENESS

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

| Pembimbing | Ka. Prodi | Mahasiswa |
|--|--|---|
| TGL: 14. Maret - 2024 | TGL: 16, Maret - 2024 | TGL: 14. Maret - 2024 |
|  Dra, Masnah .Si |  Pj. Jur. Luciana Rasjagung S.-Sos., M.-Sl. |  M. Febrian Eka S. |



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ditunjukkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Kopi Dodol dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kopi Dodol Pasar Minggu)*". Skripsi ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai rencana, tanpa bantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan proses penulisan skripsi ini. Oleh karena, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada dosen pembimbing penelitian yaitu Dra. Masnah, M.Si yang telah membantu penulis dengan sepenuh hati untuk menyelesaikan penelitian. Karena jasa dan waktu dan waktu beliau, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik – baiknya. Selanjutnya ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak- pihak di bawah ini :

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

3. Djujur Luciana, S.Sos., M.Si Selaku ketua Program studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Dra. Masnah, M.Si, Selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak-banyaknya diucapkan kepada Ibunda Masnah karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi, dan semangat selama proses bimbingan di tengah kesibukan beliau. Tanpa adanya Ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh jajaran *staff* dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama penulis berkliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterima kasih atas tahun-tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh keluarga besar saya, ayah, ibu yang telah menjadi semangat serta motivasi saya untuk kelancaraan bagi penulis sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan tepat waktu.

7. Seluruh teman – teman terdekat yang ikut serta memberikan semangat dan bantuan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi peneliti hingga tuntas.

8. Seluruh Informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktunya ditengah jadwal kegiatan yang padat dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.

Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Febrian Eka Saputra
NPM : 193516516477
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif (*non-exclusive royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM KOPI DODOL
DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN (Studi Kopi
Dodol Pasar Minggu)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royaltinoneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 14 Februari 2024

Yang menyatakan



(M. Febrian Eka Saputra)

ABSTRAK

Nama : M. Febrian Eka Saputra

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DALAM KOPI DODOL DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN (Studi pada Kopi Dodol Pasar Minggu)

Dosen Pembimbing : Dra. Masnah, M.Si

Tujuan dari Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Komunikasi Pemasaran di Kopi dodol untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Penelitian ini menggunakan Teori Integrated Marketing Communication yang terdiri atas aktivitasnya yaitu Advertising, personal selling, direct marketing, public relations/publicity, serta evaluasi. Metode yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam aktivitas pemasaran yang dilakukan kopi dodol dengan adanya aktivitas berupa Advertising, personal selling, direct marketing, public relations/publicity, serta evaluasi memberikan kesimpulan dan juga hasil dari aktivitas yang dilakukan di dalamnya. Peneliti menarik kesimpulan bahwa kopi dodol sudah dapat meningkatkan daya tarik dengan program komunikasi pemasaran yang dijalankan yaitu advertising, sales promotion, event and experience, direct marketing, dan personal selling dan mampu memanfaatkan berbagai macam media promosi baik secara online atau offline dengan konten atau pesan yang disampaikan secara kreatif tetapi belum dapat menjangkau khalayak yang luas dengan intensitas yang tinggi.

Kata kunci : *Daya Tarik, Komunikasi Pemasaran, Kopi dodol.*

ABSTRACT

Name : M. Febrian Eka Saputra

Study Program : Communication Science

Title : **INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION
IN DODOL COFFEE IN INCREASING CONSUMER
ATTRACTIVENESS (STUDY ON SUNDAY MARKET
DODOL COFFEE)**

Counsellor : Dra. Masnah, M.Si

The aim of this research is to determine and analyze marketing communications in dodol coffee to increase consumer appeal. This research uses the integrated Marketing communication theory which consists of activities namely advertising, personal selling, direct marketing, public relations/publicity, and evaluation. The method used is a qualitative method with a descriptive approach. In the marketing activities carried out by dodol coffee there are activities in the form of advertising, personal selling, direct marketing, public relations/publicity, as well as evaluations that provide conclusions and also the results of the activities carried out therein. Researchers draw the conclusion that dodol coffee can increase its attractiveness with the marketing communication programs implemented, namely advertising, sales promotion, events and experience, direct marketing and personal selling and is able to utilize various kinds of promotional media, both online and offline with appropriate content of messages. Delivered creatively but has not been able to reach a wide audience with high intensity.

Keyword : Attraction, Marketing Communications, Dodol Coffee

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS..... | i |
| FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| BAB 1..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| BAB II..... | 8 |
| KAJIAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 8 |
| 2.2 Kajian Teoritis..... | 11 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 37 |
| BAB III..... | 38 |
| METODOLOGI PENELITIAN..... | 38 |
| 3.1 Metode penelitian..... | 38 |
| 3.2 Pendekatan Penelitian | 39 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 41 |
| BAB IV | 45 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 45 |
| 4.1. Gambaran Umum Lokai Penelitian..... | 45 |
| 4.1.1. Profile Perusahaan..... | 45 |
| I. Struktur Organisasi | 47 |

| | |
|--|----|
| II. Profile Subjek Penelitian..... | 49 |
| III. Produk Kopi Dodol | 50 |
| 4.2. Hasil Penelitian | 52 |
| 4.2.1. Bentuk Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Kopi Dodol Pasar Minggu..... | 52 |
| 4.2.2 Tahapan yang dilakukan Kopi Dodol dalam membangun Daya Tarik..... | 55 |
| 4.3 Pembahasan Penelitian | 56 |
| 4.3.1 Dilihat dari Teori Integrated Marketing Communication..... | 56 |
| BAB V..... | 73 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 73 |
| 5.1. Kesimpulan | 73 |
| 5.2. Saran..... | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | 81 |
| Wawancara mengenai Elemen dalam <i>Promotion mix</i> pada Teori <i>Integrated Marketing Communication</i> yaitu..... | 92 |
| 1. <i>Advertising</i> | 92 |
| 2. <i>Direct Marketing</i> | 92 |
| 3. <i>Sales Promotion</i> | 92 |
| 4. <i>Personal Selling</i> | 92 |
| 5. <i>PR/Publicity</i> | 92 |



