

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2010.
- Amstrong, P.K. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Terjemahan: Bob Sahran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Armstrong, P. K. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Asmajasari, M. *Study Periklanan dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Malang: UMM Press, 1997.
- Cangara, H. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Effendi. *Kepemimpinan dan Komunikasi*. Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996.
- Effendy, O. U. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Elvinaro, A. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis rekatama media, 2011.
- Firmansyah, A. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: CV. Penerbit Kiara Media, 2018.
- Firmansyah, A. *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Penerbit Qiara Media, 2019.

Firmansyah, A. *Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: PT. Ojara Media, 2020.

Gunawan, I. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*.

Gunawan, I. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

Hasan, A. *Marketing Bank Syariah*. Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010.

Hermawan, A. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012.

Hitt Michael, d. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Erlangga, 1997.

Irfan Ardiansah, A. M. *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Jakarta:
PT. Gramedia, 2021.

Keller., K. d. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi
dan Kontrol*. Jakarta,: Erlangga, 2009.

Keller, P. K. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12*. Jakarta: PT. Indeks, 2007.

Keller, P. K. *Manajemen Pemasaran. Penerjemah: Bob Sahran*. Jakarta: Erlangga,
2009.

Kennedy, S. *Marketing Communication : Taktik & Strategi*. Jakarta : PT Bhuana
Ilmu Populer, 2006.

Maulana, D. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rema Rosdakarya, 2004.

Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja
Rosdakarya, 2010.

Morissan M.A. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group, 2012.

Muhmmad, D. A. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.

Mulyana, D. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.

Nasrullah, R. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*. Jakarta: Kencana, 2016.

Olson, P. d. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, Edisi 9, 2007.

Robert Hassan, J. T. *The New Media Theory Reader*. Jakarta: PT. Gramedia, 2006.

Robert K. Yin. *Studi Kasus: Desain & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

Roudhonah. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Press, 2007.

Soesmanegara. *Strategic Marketing Communication*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2006

Tjiptono, F. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 1997.

Tjiptono, F. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI, 2016.

Tjiptono. *Strategi Pemasaran. Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.

Widjaya, H. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta; PT Bumi Aksara, 1997.



LAMPIRAN

Lampiran I: Konsultasi Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833107, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunus99@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193516516332
 Nama : GHITHA ASYIYYAH
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
11 October, 2022	assalamualaikum pak nursatyo, berikut merupakan hasil revisi dari proposal skripsi saya pak. mohon untuk dikoreksi kembali apabila terdapat kekurangan atau kesalahan. sebelumnya saya ucapkan terima kasih pak.	Sudah Ditanggapi
15 October, 2022	assalamualaikum pak nursatyo, berikut merupakan hasil revisi dari proposal skripsi saya, yang sudah saya tambahkan penjelasan tabel penelitian terdahulu sebelumnya saya ucapkan terima kasih pak.	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
24 January, 2023	assalamualaikum pak, berikut merupakan hasil revisi bab 1 saya yang berjudul : "strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun brand awareness melalui media sosial instagram" terima kasih	Sudah Ditanggapi
25 January, 2023	assalamualaikum pak, berikut merupakan hasil revisi bab 2 saya yang berjudul : "strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun brand awareness melalui media sosial instagram" terima kasih	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
25 January, 2023	<p>assalamualaikum pak, berikut merupakan hasil revisi bab 3 saya yang berjudul :</p> <p>"strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media sosial instagram"</p> <p>terima kasih</p>	Sudah Ditanggapi
29 January, 2023	<p>assalamualaikum pak, berikut merupakan hasil dari bab 4 saya yang berjudul :</p> <p>"strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media sosial instagram"</p> <p>terima kasih</p>	Sudah Ditanggapi
30 January, 2023	<p>assalamualaikum pak, berikut merupakan revisi dari bab 4 saya yang berjudul :</p> <p>"strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media sosial instagram"</p> <p>terima kasih</p>	Sudah Ditanggapi
1 February, 2023	<p>assalamualaikum pak, berikut merupakan hasil dari bab 5 saya yang berjudul :</p> <p>"strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media sosial instagram"</p> <p>terima kasih</p>	Sudah Ditanggapi
1 February, 2023	<p>assalamualaikum pak, berikut merupakan revisi dari bab 5 saya yang berjudul :</p> <p>"strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media sosial instagram"</p> <p>terima kasih</p>	Sudah Ditanggapi
3 February, 2023	<p>assalamualaikum pak, berikut merupakan skripsi saya dari 1 sampai bab 5 yang berjudul :</p> <p>"strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media sosial instagram"</p> <p>terima kasih</p>	Sudah Ditanggapi

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
3 February, 2023	assalamualaikum pak, berikut merupakan skripsi saya dari 1 sampai bab 5 yang berjudul : "strategi komunikasi pemasaran umkm rumah kunyah dalam membangun <i>brand awareness</i> melalui media sosial instagram" terima kasih	Sudah Ditanggapi



Lampiran II: Surat Tugas



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manis No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 7883307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : febunaa4@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Nursatyo, S.Sos.MSi**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Ghitha Asyiyah
Nomor Pokok : 193516516332
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Cholim, M.Si
N.I.P.: 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;

Lampiran III: Surat Kesiediaan Pembimbing Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520, Telp. (021) 7806700 (hunting),
Fax. 7802718-7802719 <http://www.unas.ac.id>, E-mail : info@unas.ac.id

Jakarta, 26 September 2022

Nomor : 101 /IK/IX/2022

Lamp : -

Hal : *Kesiediaan Membimbing Proposal Skripsi*

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Nursatyo, S.Sos, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi
Di Jakarta

Dengan hormat,

Terkait dengan penyelenggaraan ujian proposal skripsi semester Ganjil 2022/2023, Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional memohon kesiediaan Bapak/Ibu untuk membimbing proposal skripsi yang disusun oleh:

Nama : Ghitha Asyiyah
NPM : 193516516332
Konsentrasi : Public Relations
Judul Proposal Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UMKM RUMAH KUNYAH DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Kami berharap Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban kesiediaan segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini, dan mengembalikannya kepada Prodi Ilmu Komunikasi melalui sekretariat Tata Usaha FISIP. Jika Bapak/Ibu bersedia, mohon dapat membimbing dan mengarahkan proposal skripsi mahasiswa agar layak untuk diuji.

Demikian atas kesiediaan dan dukungannya kami ucapkan terima kasih.

*Bersedia/ Tidak Bersedia**
Sebagai Pembimbing,

Nursatyo, S.Sos, M.Si

* coret yang tidak perlu

Program Studi Ilmu Komunikasi
Ketua,

Drs. Adi Prakosa, M.Si

Lampiran IV: Surat Permohonan Penelitian untuk Rumah Kuyah

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 4 Januari 2023

Nomor : 024/WD/I/2023
Lamp : -
Perihal : **Permohonan Penelitian dan Informasi Data**

Kepada Yth : Bapak/Ibu Pimpinan PT. Rumah Kuyah Kreasi
Jl. Mendawai I No. 35, Kramat Pela, Jakarta Selatan

Dengan Hormat,

Bersama ini kami perkenalkan dengan hormat mahasiswa berikut ini:

Nama : Ghitha Asyiyah
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516332
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi, Public Relations
Alamat Rumah : Jl. Pucung II Rt. 001 Rw.002, Kel. Balekambang
Kec. Kramat Jati, Jakarta Timur.
No. Telepon : 085781413230
Email : ghithaasyiyah999@gmail.com

Mahasiswa tersebut bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul : **"Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kuyah Dalam Membangun Brand Awareness Melalui Media Sosial Instragram"**. Dengan Dosen pembimbing/penanggung jawab penelitian: Nursatyo, S.Sos., M.Si. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,
Wakil Dekan

Dr. Bhakti Nur Avianto, S.IP., M.Si.

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

Lampiran V : Catatan Observasi I

Observasi ke : 1 (satu)

Tujuan : Mengetahui gambaran umum sejarah berdirinya Rumah Kuyah

Hari/Tanggal : 4 Januari 2023

Waktu : 07.00 – 09.00 WIB

Tempat : Perkebunan Jamur Milik Aisyah Maryam Namirah

No.	Catatan Observasi
1.	Peneliti mendatangi lokasi observasi yang terletak di perkebunan jamur milik Aisyah Maryam Namirah di daerah Cianjur, Jawa Barat, sekitar pukul 07.00 WIB. Untuk bertemu dengan Aisyah Maryam Namirah selaku pemilik Rumah Kuyah.
2.	Sebelum penulis melakukan observasi penulis menunggu <i>key informan</i> yang sedang menyelesaikan kegiatan panen jamur. Sekitar 15 menit <i>key informan</i> menunggu penulis berjabat tangan dengan <i>key informan</i>
3.	Saat melakukan observasi penulis menanyakan hal yang berkaitan dengan profil Rumah Kuyah dan juga <i>database</i> yang di perlukan oleh penulis agar data-data yang akan di olah sesuai dengan apa yang sudah ada dari Rumah Kuyah itu sendiri.

Lampiran VI : Catatan Observasi II

Observasi ke : 2 (Dua)

Tujuan : Mengetahui strategi komunikasi pemaaran Rumah Kunyah

Hari/Tanggal : 4 Januari 2023

Waktu : 09.00 – 11.00 WIB

Tempat : Perkebunan Jamur Milik Aisyah Maryam Namirah

No.	Catatan Observasi
1.	Di pagi hari setelah mengunjungi <i>key</i> informan, peneliti menghampiri informan berikutnya yaitu Intan Rahmaningtyas selaku Marketing <i>Specialist</i> Rumah Kunyah.
2.	Sebelum penulis melakukan observasi penulis diberikan air minum agar saat melakukan observasi dilaksanakan dengan tenang.
3.	Saat melakukan observasi penulis menanyakan hal yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran Rumah Kunyah dan juga menanyakan perihal konten apa saja yang diberikan untuk Instagram Rumah Kunyah agar terlihat menarik oleh konsumen, dan juga kegiatan apa saja yang sudah dilakukan divisi Marketing <i>Specialist</i> Rumah Kunyah untuk membranding Instagram Rumah Kunyah terhadap pengikut dari Instagram Rumah Kunyah.

Lampiran VII: Panduan dan Transkrip Wawancara Informan Kunci, Aisyah Maryam Namirah

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama dan Jabatan : Aisyah Maryam Namirah (*Owner/Founder* Rumah Kunyah)
Topik : Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kunyah Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Media Sosial Instagram
Hari/Tanggal : Sabtu, 04 Januari 2023
Waktu : 12.52 – 15.45 WIB.
Tempat : Perkebunan Jamur Milik Kak Aisyah Maryam Namirah

Daftar Pertanyaan :

1. Tahap Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kunyah dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram

1) Bagaimana sejarah awal terbentuknya Rumah Kunyah?

Informan : Bermula sejak tahun 2019 dimana ide ketika saya sedang datang pada suatu acara Bazar di tempat anak saya bersekolah. Kebetulan saya juga merupakan salah satu wali murid yang cukup aktif, sehingga saya juga turut terjun langsung dari proses persiapan hingga pelaksanaan Bazar tersebut yang kemudian ketika saya melihat banyaknya tempat jajanan yang diujakan didalam Bazar tersebut membuat hati dan pikirannya tergugah untuk menciptakan usaha makanan sendiri. Pada salah satu booth di Bazar tersebut terdapat booth yang menjajakan makanan berupa donut kentang. Sejak saat itulah saya terinspirasi untuk menjual donut kentang dengan bahan-bahan premium yang sehat lalu awal mulanya saya pasarkan kepada kerabat terdekat kemudian saya juga mulai memperluas bisnis

dengan membuka akun instagram dengan nama Rumah Kuyah khusus untuk mempromosikan penjualan donut kentang tersebut, hingga akhirnya dari waktu ke waktu dan semakin meningkatnya peminat donut kentang tersebut membuat lama kelamaan Rumah Kuyah kian dikenal oleh banyak orang. Tentunya usaha Rumah Kuyah tidak langsung besar seperti sekarang, karena saya benar-benar mendirikan Rumah Kuyah dari bawah. Dari mulai proses masak memasak didapur dengan hanya dikerjakan oleh saya sendiri dan dengan dibantu oleh asisten rumah tangga, hingga perlahan-lahan karyawan memasak didapur sudah bertambah menjadi 3 orang dan staff Rumah Kuyah dalam bidang Admin maupun Content Specialist juga turut ada didalam manajemen usaha Rumah Kuyah.

- 2) Bagaimana Rumah Kuyah mengidentifikasi konsumen, bagaimana cara menentukan segmentasi, targetting dan positioningnya?

Informan : Untuk identifikasi, kita paling diskusi aja sama pekerja lainnya untuk menentukan hal apa aja yang pengen kita capai untuk setiap bulannya. Untuk segmentasi sendiri, kita membagi konsumen berdasarkan geografis dan usia. Jadi secara geografis kita berjualan didapur Rumah Kuyah langsung yang berada di Jl. Mendawai 1 no.35. Kramat Pela Jakarta Selatan itu khusus tetangga terdekat saja yang suka beli produk Rumah Kuyah. Untuk usia, saya pengennya sih semua usia ke sapu bersih ya, jadi memang produk kita bisa dikonsumsi oleh usia berapa saja. Cuma kalau misal dikerucutkan, kita fokus di usia dewasa kisaran 25-34 tahun. Terus juga ibu ibu dan bapak bapak antara 35-44 tahun. Ngomongin soal target, aku lebih suka membagikan

kelompok konsumen ke beberapa bagian sesuai minat mereka. Makanya disini aku menyediakan berbagai opsi belanja agar konsumen yang usianya beda-beda bisa beli produk aku dengan mudah. Nah misalnya kayak kalau anak muda dewasa kan biasanya males buat shopping dan keluar rumah, apalagi waktu itu lagi pandemi. Jadi aku nyediain opsi buat mereka belanja di Instagram, Tokopedia dan Shopee. Sementara untuk ibu-ibu dan bapak- bapak yang mash suka wara-wiri kadang suka beli langsung ke dapur Rumah Kunyah jadi targetnya pas sasaran. Kalau dari segi positioningnya, biar produk kita melekat di hati konsumen, biasanya kita selalu ngasih tau kalau bahan makanan yang dipakai oleh Rumah Kunyah itu bahan-bahan makanan yang premium, tidak mengandung mecin, menggunakan coconut oil, dan ada beberapa produk kita yang gluten free. Jadi kita emang mau ngeposisiin Rumah Kunyah biar selalu diingat oleh konsumen.

- 3) Bagaimana pesan yang ingin dikomunikasikan kepada konsumen dan bagaimana cara penyampaian pesannya?

Informan : Kalau itu sederhana aja sih, kayak pengen mempromosikan produk Rumah Kunyah aja. Jadi apa yang kita maksud itu bisa sampai ke konsumen dengan maksud yang sama juga. Nah biasanya pesan itu kita tampilin di media sosial. Selain itu, kemasan menarik ini juga kita terapin di desain dan tampilan toko makanan atau minuman yang kita jual. Jadi secara nggak langsung kita pengen memberi kesan juga pesan yang baik tapi harus mencolok kayak istilahnya mah ya secara tersirat gitu.

- 4) Karena berjualan lewat online store, biasanya pakai saluran komunikasi seperti apa?

Informan : Karena saluran komunikasi itu ada dua, kalau untuk personal sendiri kita biasanya gunain testimoni dari mulut ke mulut. Kayak misal ada pelanggan yang tau produk kita dari saudaranya. Terus untuk non personalnya kita gunain saluran yang banyak digunain sama orang juga, misal Instagram, Tokopedia dan Shopee.

- 5) Untuk promosi, biasanya Rumah Kunyah menentukan berapa jumlah anggaran?

Informan : Ya, tentu kita selalu diskusi. Biasanya kita keluarin anggaran untuk promosi ketika ada menu makanan baru yang emang harus banget kita pasarin. Tapi kalau misal produk yang lama, biasanya kita promosi dari story di instagram aja sama paling adain potong harga. Jadi nggak ngeluarin anggaran yang besar. Biasanya anggaran promosi kita budgetin dari laba bersih, terus dikurang sama biaya modal. Totalnya nggak nentu tergantung dari tim marketing aku aja.

- 6) Menurut kak Aisyah, apakah Rumah Kunyah harus melaksanakan strategi komunikasi pemasara untuk mengembangkan bisnisnya?

Informan : Menurut aku sebisa mungkin Rumah Kunyah melaksanakan seluruh strategi sebisa mungkin pemasaran untuk mengingat kita masih dalam lingkup UMKM bukan dari perusahaan yang besar. Namun sedikit demi sedikit kita harus terus berusaha agar Rumah Kunyah ini bisa menjadi perusahaan besar, makanya itu kita memaksimalkan di strategi pemasarannya.

2. Tahap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) UMKM Rumah Kunyah dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram

- 1) Apakah Rumah Kunyah menggunakan media iklan dalam memasarkan produk?, lalu sistem promosinya seperti apa?

Informan : Untuk soal iklan Rumah Kunyah sih, aku pernah coba beriklan di media sosial seperti bayar Instagram adds. Untuk promosi kita masih menggunakan cara konvensional seperti memberi potongan harga dan keuntungan kepada konsumen. Misal beli produk dengan harga total lima ratus ribu keatas, dapet bonus Mama Cincau satu liter atau dari stock makanan atau minuman yang masih ada aja. Jadi kita memaksimalkan promosi di media sosial. Untuk media sosial utamanya itu Instagram.

- 2) Alat seperti apa yang digunakan Rumah Kunyah untuk mempromosikan produk?

Informan : Rumah Kunyah sendiri sih menggunakan iklan sebagai alat promosi, nah berhubung perusahaan ini masih berskala kecil, Rumah Kunyah biasanya menggunakan iklan di media sosial. Yang paling sering kita gunain itu Instagram Adsense karna selain efektif dan efisien, Instagram Adsense juga terbilang murah. Terus kita juga sering adain diskon produk, selain itu kalau di Instagram kita biasanya ngadain giveaway juga lumayan banget sih beberapa orang akan tertarik, yang awalnya cuman pengen ikutan giveaway nya aja, terus akhirnya malah jadi aware sama produk Rumah Kunyah.

- 3) Apakah di Rumah Kunyah terdapat divisi hubungan masyarakat atau *public relations*?

Informan : Saat ini sih Rumah Kunyah gak punya divisi humas karena secara operasional kita belum memadai, Rumah Kunyah merasa belum ada orang cocok untuk kita hire di divisi ini. Mungkin nanti suatu saat Rumah Kunyah bisa mencaoai divisi tersebut. Untuk sementara ini Rumah Kunyah masih memanfaatkan publisitas aja sih untuk promosi produknya. Publisitas yang digunakan Rumah Kunyah itu melalui sosial media. Jadi untuk saat ini bagian humas masih digabung sama divisi marketing.

- 4) Apakah komunitas menjadi target pasar Rumah Kunyah? Jika iya, komunitasnya tuh yang seperti apa?

Informan : Target pasar sih pasti ada yaa, terbilang efektif karena kita jadi punya hubungan baik sama pelanggan, dan untuk pelanggan Rumah Kunyah sendiri memiliki beberapa pelanggan yang royal. Mereka tuh selalu beli produk kita baik ketika ada hari hari besar kayak idul fitri, natalan, dll. Ada beberapa pelanggan yang bilang kalau mereka tau Rumah Kunyah dari teman atau saudaranya.

- 5) Apakah Rumah Kunyah pernah mengikuti event atau menjadi sponsor suatu acara?

Informan : Pernah dong pastinya terakhir itu bersama dengan @festivalmimpiibu, membawa personal brand saya sendiri selaku owner pribadi, namun tetap sebagai konteks pemilik Rumah kunyah. Yang kedua kolaborasi dengan @barrewithmich dalam event Barre Workout, dan diskusi

seru terkait makanan atau jajanan Indonesia sehat bersama kami, Rumah Kunyah.

3. Tahap Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kunyah dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram

- 1) Apakah Rumah Kunyah selalu mengadakan evaluasi terkait hasil dari proses komunikasi pemasaran ini?

Informan : Tentunya iya dong, evaluasinya berbagai macam sih, cuman yang biasanya rapat bareng Founder juga, biasanya sih mengkomunikasikan dulu apa yang salah bulan ini terus setelah itu ada rapat tiap bulannya. Setelah tau akar masalahnya, baru kita cari solusi untuk step apa yang akan kita lakukan di promosi bulan berikutnya gitu sih biasanya.



Lampiran VIII: Panduan dan Transkrip Wawancara Informan 1, Intan Rahmaningtyas

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama dan Jabatan : Intan Rahmaningtyas (Marketing *Specialist* Rumah Kunyah)
Topik : Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kunyah Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Media Sosial Instagram
Hari/Tanggal : Sabtu, 04 Januari 2023
Waktu : 15.45 – 18.00 WIB.
Tempat : Perkebunan Jamur Milik Kak Aisyah Maryam Namirah

Daftar Pertanyaan :

1. Tahap Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kunyah dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram

- 1) Bagaimana Rumah Kunyah mengidentifikasi konsumen, bagaimana cara menentukan segmentasi, *targeting* dan *positioning*nya?

Informan : Nah untuk segmentasi sendiri, kita membagi konsumen berdasarkan geografis dan usia. Untuk usia, aku lebih pengennya tuh semua usia ke sapu bersih ya, jadi memang produk kita bisa dikonsumsi oleh usia berapa saja. Cuma kalau misal dikerucutkan, kita fokus di usia dewasa kisaran 25-34 tahun, nah kalau ibu ibu dan bapak bapak antara 35-44 tahun. Kalau soal *target*, aku lebih pengen membagikan

opsi belanja supaya customer yang usianya beda-beda bisa beli produk aku dengan mudah. Kalau dari segi positioningnya, Rumah Kunyah itu kan bahan-bahan makanan yang premium, tidak mengandung mecin, menggunakan coconut oil, dan ada beberapa produk kita yang gluten free biar selalu diingat oleh konsumen.

- 2) Bagaimana pesan yang ingin dikomunikasikan kepada konsumen dan bagaimana cara penyampaian pesannya?

Informan : Simple sih, kayak pengen mempromosikan produk Rumah Kunyah aja. Jadi apa yang kita maksud itu bisa sampai ke konsumen dengan maksud yang sama juga. Nah biasanya pesan itu kita tampilkan di media sosial. Selain itu, kemasan menarik ini juga kita terapkan di desain dan tampilan toko makanan atau minuman yang kita jual. Jadi secara nggak langsung kita pengen memberi kesan juga pesan yang baik tapi harus mencolok kayak istilahnya mah ya secara tersirat gitu.

- 3) Karena berjualan lewat online store, biasanya pakai saluran komunikasi seperti apa?

Informan : Biasanya sih ya testimoni dari mulut ke mulut. Kayak misal ada pelanggan yang tau produk kita dari temen-temennya. Terus juga bikin story di Instagram tentang testimony.

4) Untuk promosi, biasanya Rumah Kunyah menentukan berapa jumlah anggaran?

Informan : Nah kalau anggaran untuk promosi ketika ada menu makanan baru yang emang harus banget kita pasarin. Tapi kalau misal produk yang lama, biasanya kita promosi dari story di instagram aja sama paling adain potong harga. Jadi nggak ngeluarin anggaran yang besar.

5) Menurut kak Intan, apakah Rumah Kunyah harus melaksanakan strategi komunikasi pemasara untuk mengembangkan bisnisnya?

Informan : Iya dong harus, menggunakan cara-cara yang digunakan oleh para marketer pada umumnya aja sih. Jadi kita mengkonsep dengan cara ATM ya kita tau yaitu Amati, Tiru dan Modifikasi. Jadi untuk membangun kesadaran brand kita melakukan cara-cara seperti membuat konten harian, mengajak audiens buat main games di Instagram, terus kita juga membayar iklan postingan di Instagram, terus kita ngadain giveaway buat para followers Rumah Kunyah yang nantinya kalau menang kita kasih produk dari Rumah

Kumyah. Selain itu kita juga bales-balesin komentar supaya pelanggan itu merasa dekat dengan brand Rumah Kumyah.

2. Tahap Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) UMKM Rumah Kumyah dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram

- 1) Apakah Rumah Kumyah menggunakan media iklan dalam memasarkan produk?, lalu sistem promosinya seperti apa?

Informan : Kalau iklan sih kita pakai Instagram adds. Dari promosinya sendiri paling kita kasih promo-promo menarik ke pelanggan terus kita kasih diskon juga dengan minimum pembelian.

- 2) Alat seperti apa yang digunakan Rumah Kumyah untuk mempromosikan produk?

Informan : Karena Rumah Kumyah masih perusahaan kecil, biasanya kita pake iklandi media sosial aja sih, kalau biar ngaruh banget supaya yang tertarik banyak kita pake Instagram Adsense karna murah. Yang pasti adain diskon produk sama giveaway itu ngaruh banget sih.

- 3) Apakah di Rumah Kumyah terdapat divisi hubungan masyarakat atau *public relations*?

Informan : Rumah Kunyah itu belum ada divisi humas. Jadi sampai saat ini bagian humas masih digabung sama divisi marketing kayak aku gini sih.

- 4) Apakah komunitas menjadi target pasar Rumah Kunyah? Jika iya, komunitasnya tuh yang seperti apa?

Informan : Target pasar tentunya ada dong, kita punya hubungan baik sama pelanggan. Pelanggan kita rata-rata tuh suka beli untuk acara kantor atau missal kayak bulan ramadhan natal itu pasti pada beli untuk kasih hampers ke kerabat mereka sih. Makanya deket sama pelanggan itu rasanya happy banget.

- 5) Apakah Rumah Kunyah pernah mengikuti event atau menjadi sponsor suatu acara?

Informan : Seingat aku terakhir itu sama @festivalmimpiibu, dan @barrewhmich aja sih

3. Tahap Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kunyah dalam Membangun Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram

- 1) Apakah Rumah Kunyah selalu mengadakan evaluasi terkait hasil dari proses komunikasi pemasaran ini?

Informan : Iya dong itu mah harus ada. Evaluasinya berbagai macam sih, cuman yang biasanya rapat bareng Founder kak Aisyah juga, biasanya sih mengkomunikasikan dulu apa yang salah bulan ini terus setelah itu ada rapat tiap bulannya. Setelah tau akar masalahnya, baru kita cari solusi untuk step apa yang akan kita lakukan di promosi bulan berikutnya gitu sih biasanya



Lampiran IX: Panduan dan Transkrip Wawancara Informan 2, Hasbie Ibnu Harris

PANDUAN WAWANCARA INFORMAN KUNCI

Nama : Hasbie Ibnu Harris (*Customer* Rumah Kunyah)
Topik : Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM Rumah Kunyah
Dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Media Sosial Instagram
Hari/Tanggal : Senin, 27 Februari 2023
Waktu : 14.35 – 15.24 WIB.
Tempat : Media Online (*Voice Call WhatsApp*)

Daftar Pertanyaan:

- 1) Selamat Siang Mas, maaf sebelumnya dengan mas siapa?

Informan : Nama saya Hasbie

- 2) Mas Hasbie? Oke. Saya izin rekam untuk keperluan transkrip ya mas. Jadi kan saya lihat mas Hasbie ini cukup sering belanja di Rumah Kunyah, menurut mas Hasbie apa sih yang membuat Rumah Kunyah ini menarik?

Informan : Jujur kalau dari saya pribadi promonya sih mbak. Rumah Kunyah ini memang harus ada promo sih karena emang menarik banget. Promo buat pelanggannya lumayan ya, saya pernah dikasih satu box donut, 1 liter mama mango, sama apa lagi ya saya lupa.

- 3) Mas Hasbie tahu Rumah Kunyah dari mana mas?

Informan: Dari ibu saya kebetulan dia tuh suka beli makanan di Rumah Kunyah terus dia bilang enak dan saya jadi penasaran iseng beli awalnya eh sampe sekarang kalau beli buat acara selalu pesan sama Rumah Kunyah

- 4) Mas Hasbie kalau membeli produk rumah kunyah biasanya lewat Instagram, Tokopedia, atau Shopee mas?

Informan : Saya biasa sih beli di Instagram mba karna lebih banyak promo hehe

- 5) Terus ini mas, Rumah Kunyah ini berarti kan pernah melakukan promosi nih ke mas Hasbie. Bentuknya kira-kira apa aja sih mas yang pernah ditawarkan? boleh diceritakan ga?

Informan : Oh, saya kadang suka di tawarin sample menu baru mbak. Ada juga potongan harga yang dikasih sama Rumah Kunyah melalui media sosial Instagramnya.

- 6) Terus apa sih yang mas hasbie rasain setelah mas hasbie mendapatkan promosi dari Rumah Kunyah? Yang mungkin menarik?

Informan : Iya, menarik. Terus saya juga udah sering banget ya mbak belanja di Rumah Kunyah ini. Saya jadi sadar kalau bisa ya makanan khas Indonesia di buat Gluten Free gitu. Dan saya cukup tertarik makanya saya awalnya nanya-nanya sama adminnya. Sebenarnya prinsipnya juga gini sih mbak, karena memang promosi yang ditawarkan oleh adminnya yang membuat saya jadi merasa ingin membeli produk makanan atau minuman Rumah Kunyah, karena ya penawaran-penawaran tadi bukannya saya memuji cara kerja adminnya ya. Tapi memang kualitas cita rasa Rumah Kunyah ini juara menurut saya.

- 7) Lalu waktu mas Hasbie mendapatkan bentuk-bentuk promosi dari Rumah Kunyah, mas Hasbie biasanya nanya-nanya lagi ga tentang si Rumah Kunyah ini? kayak ini apa bahan nya apa aja si?

Informan : Awalnya pasti nanya. Kalo pertama kali gitu pasti nanya sih. Ada berapa macam jenis produknya, gitu kan. bedanya apa? Supaya nanti kalo saya rekomenin ke teman-teman saya, saya bisa jelasin juga gitu.

- 8) Oke, trus mas Hasbie sejauh apa sih tahu tentang produk Rumah Kunyah?

Informan : Se jauh mana ya hahaha. Ya ini produk makanan sehat menurut saya sih, awalnya penasaran kok bisa lumayan mahal harganya, eh pas saya cobain sekali beli malah ketagihan memang ada kualitas ada harga ya.

- 9) Mas Hasbie pernah mengikutin event yang diadakan oleh Rumah Kunyah tidak?

Informan : Kebetulan saya belum pernah mengikuti sih mba

- 10) Menurut mas Hasbie, promosi yang mas Hasbie dapatin tentang Rumah Kunyah ini menarik ga?

Informan : Menurut saya menarik ya.

- 11) Yang paling menarik menurut mas hasbie apa?

Informan : Kalau saya seringnya potongan harga, diskon. Pokoknya diskon lah. Soalnya saya cukup sering beli ya mbak jadi doyan banget kalau ada promo diskon gitu hahaha.

12) Kan mas hasbie udah tau nih promosinya, mas hasbie suka nyari lagi gitu ga tentang si Rumah Kunyah?

Informan : Kalau saya sih iya mba, soalnya konten – konten di Instagram Rumah Kunyah itu menarik dan kadang suka dikasih tau juga manfaat makanan Gluten Free untuk tubuh tuh seperti apa.

13) Mas Hasbie cari informasi tentang Rumah Kunyah ini gampang gak mas?

Informan : Gampang aja sih mbak. Soalnya Media Sosial Instagram Rumah Kunyah cukup aktif ya.

14) Terus menurut mas Hasbie tentang media sosial, gimana pendapat mas Hasbie tentang media sosial Rumah Kunyah?

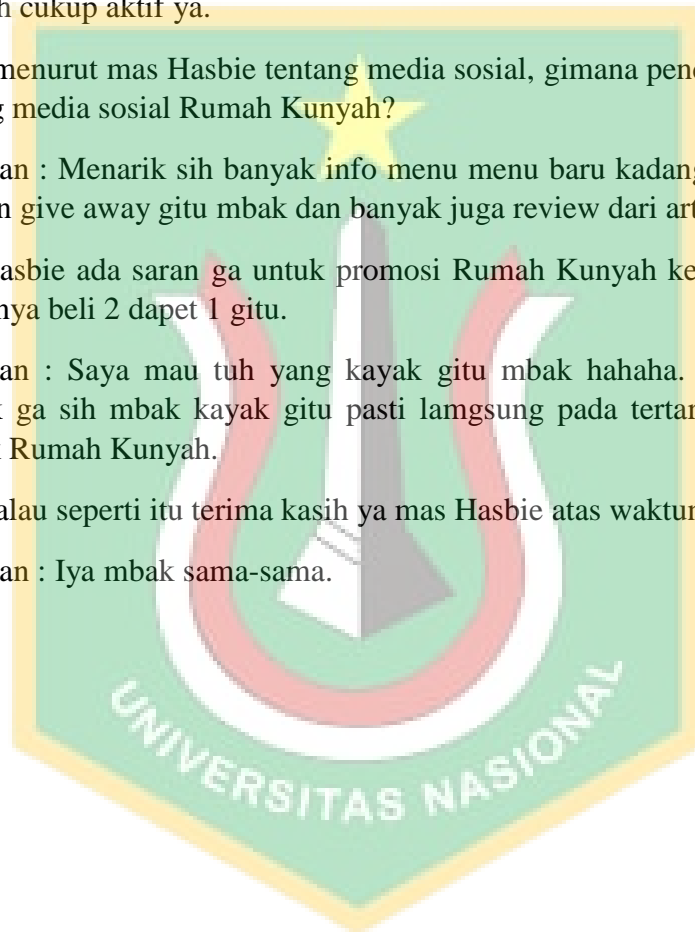
Informan : Menarik sih banyak info menu menu baru kadang, terus juga suka ngadain give away gitu mbak dan banyak juga review dari artis-artis.

15) Mas Hasbie ada saran ga untuk promosi Rumah Kunyah kedepannya? Misal promonya beli 2 dapet 1 gitu.

Informan : Saya mau tuh yang kayak gitu mbak hahaha. Emang harusnya banyak ga sih mbak kayak gitu pasti langsung pada tertarik sih untuk beli produk Rumah Kunyah.

16) Baik kalau seperti itu terima kasih ya mas Hasbie atas waktunya.

Informan : Iya mbak sama-sama.



Lampiran X: Dokumentasi Foto Wawancara



**Gambar 1. Foto bersama Informan Kunci, Aisyah Maryam Namirah
(Owner/Founder Rumah Kunyah)**



**Gambar 2. Foto bersama Informan Satu, Intan Rahمانingtyas
(Marketing *Specialist* Rumah Kunyah)**



**Gambar 3. Bukti wawancara Informan Dua, Hasbie Ibnu Harris
(Customer Rumah Kunyah)**

Lampiran XI: Daftar Riwayat Hidup Penulis



Ghitha Asyiyah lahir di Jakarta, pada tanggal 15 Februari 2000. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Rismanto dan Ibu Yumiati. Penulis memiliki satu orang kakak bernama Basysyasy Muthi.

Penulis menempuh pendidikan di SDN RSBI Rawajati 08 Pagi Jakarta (2006 – 2012), SMP Negeri 182 Jakarta (2012 – 2015), dan SMA Negeri 55 Jakarta (2015 – 2018). Kemudian, di tahun 2019 penulis menjadi salah satu mahasiswi di Universitas Nasional Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations.

Selama menjadi mahasiswi, penulis juga bekerja di perusahaan Rumah Kunyah sebagai *customer relations* selama hamper dua tahun. Penulis juga pernah melaksanakan Magang di Ratata Indonesia selama enam bulan sebagai *Social Media Admin*.



Lampiran XII: Hasil Turnitin

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	4%
2	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
3	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
4	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
7	www.coursehero.com Internet Source	<1%
8	journal.stai-musaddadiyah.ac.id Internet Source	<1%
9	docplayer.info Internet Source	<1%