



UNIVERSITAS NASIONAL

**KOMUNIKASI PEMASARAN DAPUR MANDALIKA
“MAKANAN KHAS LOMBOK” DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK
@dapur.mandalika**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.Ikom)**

Tarisa Pratiwi

213516516166

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2025**



UNIVERSITAS NASIONAL

**DAPUR MANDALIKA MARKETING COMMUNICATION
"TYPICAL LOMBOK FOOD" IN INCREASING SALES
THROUGH SOCIAL MEDIA TIKTOK @dapur.mandalika**

THESIS

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor of
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)**

Tarisa Pratiwi

213516516166

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
DEPARTEMENT COMMUNICATION SCIENCE**

2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tarisa Pratiwi
NPM : 213516516166
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Dapur Mandalika "Makanan Khas Lombok" Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Tiktok @dapur.mandalika
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 diujikan

Jakarta, 4 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.



Scanned with CamScanner



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tarisa Pratiwi
NPM : 213516516166
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Dapur Mandalika “Makanan Khas Lombok” Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Tiktok @dapur.mandalika
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, 11 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Erna Ermawati Chotim., M.Si.



Scanned with CamScanner



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tarisa Pratiwi

NPM : 213516516166

Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Dapur Mandalika "Makanan Khas Lombok"
Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Tiktok
@dapur.mandalika

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana 28 Februari 2025 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

1. Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

2. Pembimbing : Prof., Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

3. Penguji I : Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si.

4. Penguji II : Prof., Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 08 Maret 2025



Scanned with CamScanner



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Tarisa Pratiwi
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516166
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsetrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Dapur Mandalika "Makanan Khas Lombok" Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Tiktok @dapur.mandalika

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Februari 2025, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 7 Maret 2025

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

Penguji I : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Prof., Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Keterangan :

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



Scanned with CamScanner

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Tarisa Pratiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516166

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Dapur Mandalika
"Makanan Khas Lombok" Dalam Meningkatkan
Penjualan Melalui Media Sosial Tiktok
@dapur.mandalika

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 ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian 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, 3 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Tarisa Pratiwi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah memberikan nikmat, rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Komunikasi Pemasaran Dapur Mandalika “Makanan Khas Lombok” Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Tiktok @dapur.mandalika”. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada baginda alam nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarganya, dan para sahabatnya, serta kita semua sebagai pengikutnya hingga akhir hayat nanti.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi *Public Relations* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa, tanpa doa, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. El Amry Bernawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional;
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;
4. Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.AP, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional;
5. Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional;
6. Nursatyo, S Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional;
7. Prof., Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;

8. Pihak Dapur Mandalika Ibu Edgina Stefanie selaku *Manager Operasional*, Dr. Eva Damayanti selaku *Social Media Manager*, dan Mohammad Raihan Ardia Saputra selaku *Leader* yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan;
9. Kepada kedua orang tua penulis, Mamah Rini dan Ayah Saufi, yang selama ini senantiasa mendukung penulis dalam menjalankan pendidikan dan selalu berdoa akan kelancaran ketika mengerjakan skripsi ini;
10. Para sahabat, baik di lingkungan kampus maupun di luar kampus yang selalu senantiasa memberikan dukungan untuk penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini;
11. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah mencurahkan segenap perhatian dan ilmunya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik serta saran dari rekan-rekan pembaca. Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu.



Penulis,

Tarisa Pratiwi

ABSTRAK

Nama : Tarisa Pratiwi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Komunikasi Pemasaran Dapur Mandalika “Makanan Khas Lombok” Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial Tiktok @dapur.mandalika

Kata Kunci Komunikasi pemasaran, meningkatkan penjualan	Komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan dalam suatu bidang usaha guna untuk meningkatkan penjualan dan menarik minat pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumentasi. Tujuan penelitiannya adalah sebagai bahan referensi pembelajaran mengenai komunikasi pemasaran maupun sebagai pembelajaran mengenai meningkatkan penjualan. Dapur Mandalika berhasil meningkatkan penjualan setelah melakukan komunikasi pemasaran melalui kerja sama dengan konten kreator Tiktok. Lalu teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori pencils. Uji keabsahan data dengan melalui triangulasi. Hasil analisis komunikasi pemasaran Dapur Mandalika, yang mana dalam penelitian ini komunikasi pemasaran yang dilakukan dengan melalui <i>publications, event, news, community involvement, inform or image, lobbying and negotiation, social responsibility</i> , hal ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan setiap harinya.
Dosen Pembimbing	Prof., Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

ABSTRACT

Name : Tarisa Pratiwi

Department : Communication Science

Title : Dapur Mandalika Marketing Communication "Typical Lombok Food" In Increasing Sales Through Social Media Tiktok
@dapur.mandalika

Keywords Marketing communications, increasing sales	Marketing communication is very much needed in a business sector in order to increase sales and attract customer interest. This research is a qualitative research. The data collection methods used are interviews, observations, literature studies, and documentation. The purpose of the research is as a reference material for learning about marketing communication and as a learning about increasing sales. Dapur Mandalika succeeded in increasing sales after conducting marketing communication through collaboration with Tiktok content creators. Then the theory used in this study is the pencils theory. Test the validity of the data through triangulation. The results of the analysis of Dapur Mandalika's marketing communication, which in this study marketing communication is carried out through publications, events, news, community involvement, inform or image, lobbying and negotiation, social responsibility, this is done to increase the number of sales every day.
Lecturer	Prof., Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Teori PENCILS.....	13
2.3 Landasan Konsep.....	15
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.3.2 <i>New Media</i> (Media Baru).....	19
2.3.3 Media Sosial.....	20
2.4 Kerangka Pemikiran	24
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Pendekatan Penelitian.....	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.3.1 Subjek Penelitian	28
3.3.2 Objek Penelitian	28
3.4 Penentuan Informan.....	29
3.4.1 Key Informan	29
3.4.2 Informan.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.1 Data primer	30

3.5.2 Data Sekunder	31
3.6. Definisi Konseptual	33
3.7 Teknik Keabsahan Data	34
3.8. Teknik Analisis Data.....	35
3.9 Jadwal dan Lokasi Penelitian	37
3.9.1 Jadwal Penelitian.....	37
3.9.2 Lokasi Penelitian.....	38
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum	39
4.1.1 Profile Dapur Mandalika.....	39
4.1.2 Sejarah Dapur Mandalika.....	39
4.1.3 Logo Dapur Mandalika	41
4.1.4 Visi dan Misi Dapur Mandalika	42
4.1.5 Struktur Organisasi	42
4.1.6 Produk Dapur Mandalika	46
4.1.7 Lokasi Dapur Mandalika.....	47
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Dapur Mandalika Dalam Menentukan Segmentasi	51
4.2.2 Dapur Mandalika Dalam Merancang Pesan Yang Efektif dan Kreatif	57
Untuk Melakukan Pemasaran Melalui Media Sosial Tiktok	57
4.2.3 Dapur Mandalika Dalam Memilih Media Sosial	64
4.2.4 Pemantauan Yang Dilakukan Dapur Mandalika	72
4.2.5 Hal Yang Dilakukan Ketika Mengalami Penurunan Pelanggan	76
4.3 Pembahasan Penelitian	78
4.3.1 Keterkaitan Hasil Penelitian Dengan Teori Pencils	78
BAB V.....	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	97
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Penelitian	25
Gambar 4.1 Logo Dapur Mandalika	41
Gambar 4.2 Struktur Dapur Mandalika	43
Gambar 4.3 Daftar Harga Menu Makanan Dapur Mandalika	46
Gambar 4.4 Daftar Harga Menu Minuman Dapur Mandalika	47
Gambar 4.5 Lokasi Dapur Mandalika	48
Gambar 4.6 Kios Dapur Mandalika	49
Gambar 4.7 Komentar pada media sosial Tiktok	52
Gambar 4.8 <i>Caption</i> konten Tiktok Dapur Mandalika	58
Gambar 4.9 Dokumentasi Liputan Stasiun Tv	63
Gambar 4.10 Konten Youtuber dan Stasiun Tv yang diunggah di Youtube	63
Gambar 4.11 Media Sosial Tiktok @dapur.mandalika	67
Gambar 4.12 GoFood Dapur Mandalika	69
Gambar 4.13 Konten <i>foodies</i> yang di posting ulang oleh Dapur Mandalika	71
Gambar 4.14 Komentar kritikan netizen	73
Gambar 4.15 Konten yang dipublikasi oleh konten kreator	81
Gambar 4.16 Konten pelanggan (<i>review</i> Dapur Mandalika)	86
Gambar 4.17 Bentuk perhatian Dapur Mandalika terhadap pelanggan	86