

## **KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE TIGA TJERET**

**( Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Tentang Aktifitas Komunikasi  
Pemasaran Café Tiga Tjeret Dalam Menghadapi Persaingan Café Lokal  
Di Kota Solo )**



**Disusun untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi  
Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Komunikasi  
Universitas Sebelas Maret**

Disusun oleh :

**AJENG KUSUMA WARDHANY**  
**D 1210001**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2014**

*commit to user*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul :

**KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE TIGA TJERET**

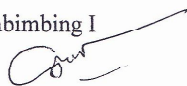
**( Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Tentang Aktifitas Komunikasi  
Pemasaran Café Tiga Tjeret Dalam Dalam Menghadapi Persaingan Café  
Lokal Di Kota Solo )**

Diajukan Oleh :

**AJENG KUSUMA WARDHANY**  
**D 1210001**

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan panitia penguji skripsi pada  
jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Sebelas Maret Surakarta

Pembimbing I



Drs. Surisno Satriyo Utomo, M.Si  
NIP. 196005171988031002

Pembimbing II



Drs. Aryanto Budi, S. M.Si  
NIP. 195811231986031002

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Hari :

Tanggal :

Panitia Ujian Skripsi :

1. Ketua : Dra. Prahastiwi Utari, M.Si, Ph.D. (.....)  
NIP. 196008131987022001
2. Sekretaris : Tanti Hermawati, S.Sos., M.Si. (.....)  
NIP. 196902071995122001
3. Penguji I : Drs. Surisno Satrijo Utomo, M.Si. (.....)  
NIP. 195009261985031001
4. Penguji II : Drs. Aryanto Budhy S., M.Si. (.....)  
NIP. 195811231986031002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta



**Prof. Pawito, Ph.D.**

NIP. 195408051985031002

## MOTTO

- La Haula Wala Quwwata Illa Billah



## KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi: KOMUNIKASI PEMASARAN CAFE TIGA TJERET (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif Tentang Aktifitas Komunikasi Pemasaran Café Tiga Tjeret Dalam Menghadapi Persaingan Café Lokal di Kota Solo)

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta. Pada kesempatan ini penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih ini terutama penulis haturkan kepada :

1. Prof. Pawito, Ph. D. selaku Dekan FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Drs. Surisno Satriyo Utomo, M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan dan motivasi kepada penulis.
3. Drs. Aryanto Budhy S., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis.

4. Segenap Dosen Fakultas ISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
5. Orang tuaku, terima kasih atas semua bantuan moral dan spiritual demi kelancaran studiku ini.
6. Rekan-rekan kuliah terima kasih atas dukungannya.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih sangat jauh dari kesempurnaan, skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan kecacatan, masih banyak yang perlu digali dan diungkap agar dapat memberikan manfaat untuk pembacanya. Dengan kebesaran hati penulis menerima kritik dan saran dari para pembaca.

Surakarta, 14 April 2015

Penulis

## ABSTRAK

### **Ajeng Kusuma Wardhany, D1210001. Komunikasi Pemasaran Café Tiga Tjeret (Studi Analisis Deskriptif Kualitatif tentang Aktifitas Komunikasi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Café di Kota Solo).**

Persaingan bisnis kafe lokal telah mendorong Café Tiga Tjeret untuk lebih kreatif dalam menyusun strategi pemasaran dengan memasang iklan dari berbagai media seperti brosur, *leaflet*, majalah dan koran yang bertujuan untuk menarik dan mempertahankan konsumen serta menguatkan *brand image* Café Tiga Tjeret. Pelaksanaan promosi di Café Tiga Tjeret telah mengalami perkembangan untuk menyesuaikan dengan pergerakan pasar yang dinamis. Dalam menghadapi persaingan dan memberi nilai tambah bagi produknya, Café Tiga Tjeret telah mengarahkan promosinya dengan baik dalam memperkuat *brand image* yang sudah dimiliki demi mempertahankan kepercayaan dari konsumen.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui aktifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Café Tiga Tjeret dalam menghadapi persaingan café lokal yang ada di kota Solo.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan informan adalah *operational manager, marketing, shift manager, administrasi* dan pelanggan cafe. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, observasi dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif.

Penelitian ini menggunakan teori induk dari Philip Kotler yaitu kegiatan komunikasi pemasaran sangat terkait dengan kebijaksanaan pemasaran yang dikenal dengan bauran pemasaran berupa produk, promosi, tempat dan harga.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Café Tiga Tjeret antara lain bahwa aktifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan Café Tiga Tjeret yaitu melalui aktivitas komunikasi di media yaitu berupa iklan di Radio, media cetak seperti koran, iklan di tempat pembelian yang berupa *x-banner, merchandise* dan *poster*. Kemudian aktifitas komunikasi non media yaitu berupa komunikasi mulut ke mulut.

Kata kunci : komunikasi, komunikasi pemasaran

## ABSTRACT

***Ajeng Kusuma Wardhany, D1210001. Marketing Communications of Café Tiga Tjeret (Descriptive Analysis Qualitative Study Of Marketing Communication Activities By Café Tiga Tjeret In The Face Of Local Café Competition In The Solo City).***

*Business competition has driven local cafe Café Tiga Tjeret to be more creative in formulating marketing strategies by advertising on various media such as brochures, leaflets, magazines and newspapers which aims to attract and retain customers and strengthen the brand image of Café Tiga Tjeret. Promotions at Café Tiga Tjeret has evolved to adapt to the dynamic market movements. In the face of competition and add value to their products, Café Tiga Tjeret has directed his promotion well in strengthening the brand image that already owned in order to maintain the trust of consumers.*

*The aim in this study was to determine the marketing communication activities conducted by Café Tiga Tjeret local café in the face of competition in the city of Solo.*

*This is a descriptive study with qualitative approach. Samples in this study using purposive sampling techniques with the informant is operational manager, marketing, shift manager, administration and customer cafe. Data collection technique used documentation, observation and interviews. Data were analyzed using an interactive model.*

*This research used grand theory from Philip Kotler. The marketing communicatin activities strongly associated with marketing wisdom known as the marketing mix in the form of product, promotion, place and price.*

*Based on the results of research conducted by Café Tiga Tjeret among others that the activities of marketing communications carried Café Tiga Tjeret namely through communication activities in the media in the form of advertisements in radio, print media such as newspapers, advertising at the point of purchase in the form of x-banner, merchandise and posters. Then the non-media communication activities in the form of word of mouth communication.*

*Keywords: communication, marketing communication*



## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6

	D. Manfaat Penelitian .....	6
	E. Landasan Teori .....	6
	F. Definisi Konsep.....	35
	G. Metode Penelitian.....	35
BAB II.	II. Deskripsi Lokasi	
	A. Sejarah Berdiri Café Tiga Tjeret.....	43
	B. Visi dan Misi Café Tiga Tjeret.....	44
	C. Stragtegi Bisnis .....	44
	D. Produk Café Tiga Tjeret.....	45
	E. Layanan dan Fasilitas.....	45
	F. Makna Logo .....	46
	G. Struktur Organisasi .....	47
	H. Data Informan .....	47
	I. Jenis Konsumen .....	48

BAB III. PENYAJIAN DATA .....	50
A. Perencanaan Pemasaran .....	50
B. Konsep-Konsep pemasaran.....	51
C. Media Pemasaran .....	54
BAB IV. ANALISA DATA.....	62
A. Analisa Data Perencanaan Pemasaran .....	62
B. Analisa Data Konsep-Konsep Pemasaran.....	65
C. Analisa Data Media Pemasaran.....	70
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN