

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CALZONE EXPRESS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN PADA TAHUN 2018**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Fakultas

Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Fausyania Amira Risanti

20140530047

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 5 Desember 2018
Tempat : R. Negosiasi IK
Nilai

SUSUNAN TIM PENGUJI
KETUA



Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si.

Penguji I

Penguji II



Dr. Suciati, S.Sos., M.Si.



Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana S1



Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fausyania Amira Risanti

NIM : 20140530047

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relation

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Penulis,

Fausyania Amira Risanti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Persembahan ini dibuat dengan sepenuh hati oleh penulis, mengingat perjalanan penulis dalam menempuh perkuliahan hingga pada akhirnya terbantuklah penelitian ini. Dengan segala kerendahan hati penulis, sebagai manusia yang tidak sempurna, akan menyampaikan rasa terimakasih terhadap pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan serta dorongan agar penulis dapat menyelesaikan segala tanggung jawabnya hingga saat ini. Rasa terimakasih akan disampaikan kepada :

1. Allah SWT. Dengan segala Kuasa-Nya telah memberikan kesempatan untuk penulis melalui rintangan dalam dunia ini sehingga dapat menyelesaikan sesuai dengan keinginan penulis.
2. Mama saya yang tercinta, Retno Wijayanti. Dengan segala kesabarannya selalu mendampingi, mendoakan serta mensupport putrinya agar dapat menyelesaikan apa yang sudah menjadi tanggung jawab putrinya agar diselesaikan dan dilalui dengan berbagai macam rintangan.
3. Papa saya yang tercinta, Edy Santoso. Dengan segala ketegasannya sebagai seorang ayah yang selalu mendukung, mensupport, serta memberikan arahan yang terbaik untuk putrinya. Agar lebih mudah melalui segala perjalanan ini dan yang selalu mengingatkan untuk kembali kepada Allah.
4. Kembaran mama alias Tante saya yang tercinta, Sari Wijayanni. Yang selalu mendukung segala pilihan saya, selalu memberi arahan yang terbaik. Lalu untuk adek saya Reditya Arya Naufal, walaupun masih belum tahu apa yang dilalui oleh kakaknya namun selalu menyemangati dan menghibur.
5. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si. Selaku dosen pembimbing saya terimakasih atas waktu serta kesempatannya, serta telah membimbing dan mengarahkan saya dalam menyelesaikan penelitian ini, sehingga dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
6. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. Selaku dosen penguji I, terimakasih atas kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik.

7. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP., S.Sn., M.Sn. Selaku dosen penguji II. Terimakasih atas kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini menjadi lebih baik.
8. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc. Selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terimakasih atas ilmu serta fasilitas yang telah diberikan sejak semester 1 hingga sampai akhir ini semester 9.
9. Seluruh dosen pengajar dan staff Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Terimakasih atas ilmu serta fasilitas yang telah diberikan sejak semester 1 hingga semester 8.
10. Ryo Bugar Kurniawan. Orang yang tak pernah capek mensupport dan memberi semangat saya dari awal hingga akhir mendapatkan gelar baru ini, yang tak bosan mendengarkan cerita perjalanan drama skripsi saya.
11. Sinta Indah Nurani dan Della Monica. Teman seperjuangan dari mulai masa magang hingga masa perskripsian. Terimakasih atas apa yang telah kita lalui bersama, termasuk supportnya sampai akhirnya saat ini bisa bersama-sama termasuk dapet gelar baru S.I.Kom. *See you on top guys!*
12. Sahabat-sahabat saya sejak SMA, walaupun tidak dalam satu bangku perkuliahan yang sama, Nathania Lavitha, Desi Ayuningtyas, Annisa Septisari dan Riska Khairunnisa. Terimakasih untuk support serta dukungannya, selalu membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Bahkan menghibur disaat saya menyerah dengan ini semua.
13. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2014 yang sama-sama berjuang bareng untuk bisa wisuda di bulan Februari. Dari yang sekedar tau sampai menjadi kenal karna sama-sama sedang berjuang. Terimakasih atas saling memberi semangatnya. Sukses!!
14. Keluarga besar Komunikasi kelas B 2014, serta teman-teman satu bimbingan Bu Sovi yg sudah lulus duluan, Vita, Ewol, Virly, Njung, Annisa, Fani, dan Lala. Terimakasih atas perjalanan yang telah kita lalui bersama, mulai dari pengalaman, pelajaran hingga segala cerita yang

terjadi selama kita bersama akan menjadi sebuah kenangan saya dimasa yang akan datang. Semangat terus untuk yang masih berjuang!

15. Sahabat-sahabat saya diluar Ilmu Komunikasi maupun diluar SMA yang tidak saya sebutkan satu persatu namanya, terimakasih untuk segala dukungan serta supportnya selama ini.
16. Terakhir untuk segala elemen di bumi ini dan semua yang mungkin belum saya sebutkan, terimakasih untuk apa yang telah saya terima serta mohon maaf jika ada yang terlupa karena sungguh manusia bukanlah sosok yang sempurna.

With Love,

Fausyania Amira Risanti

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Wr.Wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala berkah serta rahmatnya yang telah diberikan. Shalawat serta salam tak lupa dihaturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, atas perjuangannya sehingga saat ini kita terlepas dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang. Satu tahap yang telah dilalui dalam perjalanan panjang untuk menyelesaikan skripsi ini sudah terselesaikan. Hingga saat ini peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CALZONE EXPRESS DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN PADA TAHUN 2018**”, guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1(S-1), Jurusan Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wassalamualaikum, Wr.Wb

Penulis

Fausyania Amira Risanti

MOTTO HIDUP

Selalu persiapkan diri untuk kemungkinan terburuk. Karena, rencana-rencana indah akan selalu kalah dengan apa yang Allah rasa yang terbaik.

- Fiersa Besari -

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMANPERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRAC.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	11
2. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	23
3. Promosi Online.....	31
F. Metode Penelitian.....	35
1. Jenis Penelitian.....	35
2. Objek Penelitian.....	36
3. Pemilihan Informan.....	36
4. Teknik Pengumpulan Data.....	37
a. Pengumpulan Data.....	38
b. Analisis Data.....	39
BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah.....	41
B. Segmentasi.....	43
C. Logo.....	43
D. Lokasi.....	44

E. Struktur Organisasi.....	46
F. Menu.....	47

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data.....	50
1. Perencanaan Promosi.....	51
2. Pelaksanaan Promosi.....	65
3. Evaluasi Promosi.....	76
4. Bauran Promosi.....	79
B. Pembahasan.....	88
1. Perencanaan Promosi.....	99
2. Pelaksanaan Promosi.....	102
3. Evaluasi Promosi.....	105
4. Bauran Promosi.....	106

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	113

LAMPIRAN

A. Interview Guide.....	114
B. Transkrip Wawancara.....	116

DAFTAR PUSTAKA.....	134
----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Target dan Capaian Penjualan.....	5
Tabel 1.2. Keunikan Kompetitor Calzone Express.....	7
Tabel 2.1. Struktur Organisasi Calzone Express.....	46
Tabel 2.2. Menu Makanan Calzone Express.....	47
Tabel 2.3. Menu Minuman Calzone Express.....	40
Tabel 3.1 Presentase hasil kegiatan promosi melalui media sosial.....	61
Tabel 3.2 Presentase hasil kegiatan promosi melalui media sosial.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Calzone Express.....	4
Gambar 2.1. Logo Calzone Express.....	43
Gambar 2.2 Lokasi Gerai Calzone Express.....	45
Gambar 2.3 Lokasi Gerai Calzone Express GO!.....	45
Gambar 3.1. Caption di Instagram Calzone Express.....	58
Gambar 3.2 Caption di Twitter Calzone Express.....	58
Gambar 3.3 Caption di Facebook Calzone Express.....	59
Gambar 3.4 Salah satu iklan di Facebook Calzone Express.....	62
Gambar 3.5 Salah satu iklan di Twitter Calzone Express.....	62
Gambar 3.6 Salah satu testimoni pelanggan di Instagram Calzone Express...	63
Gambar 3.7 Salah satu tema di Instagram Calzone Express.....	69
Gambar 3.8 Salah satu tema di Twitter Calzone Express.....	69
Gambar 3.9 Salah satu postingan promo Calzone Express di Instagram.....	70
Gambar 3.10 Foto menu Calzone Express.....	80
Gambar 3.11 Foto menu Calzone Express.....	81
Gambar 3.12 Foto suasana gerai Calzone Express.....	82
Gambar 3.13 Media Sosial Instagram Calzone Express.....	84
Gambar 3.14 Media Sosial Twitter Calzone Express.....	85
Gambar 3.15 Media Sosial Facebook Calzone Express.....	86
Gambar 3.16 Salah satu kegiatan personal selling Calzone Express.....	87