

**AKTIFITAS KOMUNIKASI PEMASARAN KATERING SISAN ASRI  
BUGISAN YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH  
KONSUMEN**

*Marketing Communication Activity of Catering Sisan Asri Bugisan Yogyakarta  
To Raise Customer*

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**Ocky Tri Putra  
20040530193**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**AKTIFITAS KOMUNIKASI PEMASARAN KATERING  
SISAN ASRI BUGISAN YOGYAKARTA DALAM  
MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN**

*Marketing Communication Activity of Catering Sisan Asri Bugisan Yogyakarta  
To Raise Customer*



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2013

# HALAMAN PENGESAHAN

## SKRIPSI

Skripsi Ini Telah Dipertahankan Dan Disahkan Di Depan Dewan Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Senin  
Tanggal : 30 Desember 2013  
Tempat : Ruang Rapat IK

### SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

  
(Suciati S. Sos., M.Si.)

Penguji I

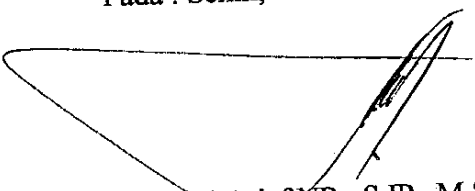
  
(Haryadi Arief NR., S.IP., M.Si.)

Penguji II

  
(Zuhdan Aziz S. IP., S.Sn)

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Pada : Senin, 30 Desember 2013

  
Haryadi Arief NR., S.IP., M.Si.

## UCAPAN TERIMA KASIH:

1. Terima kasih sebesar-besarnya untuk kedua orang tuaku yang telah memberikan doa dan supportnya sampai akhir hayat. Semoga dengan kelulusanku membuat papa dan mama tenang di sana. Amiiin..
2. Untuk bang Mithra, kak Ririe, dan Adekku Donny. Terima kasih karena selalu memberikan dorongan agar aku tetap semangat menyelesaikan skripsi ini. Suka duka tetap bersama.
3. Untuk istriku tercinta Avin Aprillia Rani, yang tidak pernah lelah menemani perjalanan 10 tahunku di Jogja.
4. Untuk Anakku AL Farish Vicko Dzakhwan Putra. Semangat terbesar yang mendorong papa untuk segera menyelesaikan tanggung jawab ini.
5. Untuk seluruh Keluarga "Djamaan Hamidi", Atok-Ibu, om Ful, nte Fat, Etek Hafni, om Ujang, Zola, Dira.
6. Untuk Segenap keluarga ku, Mami En, ayah, Om Eddy nte Dian, sicerewet adekku dr. Ira, Andung-Gaek, serta seluruh keluarga "Diambak"

7. Untuk Papa Suratman dan Mama Srimumpuni, terima kasih karena kalian mau menerima aku sebagai menantu. Semoga aku bisa menjadi imam yang baik dan senantiasa mendoakan kalian. Amin.
8. Seluruh Keluarga Moch. Zahir. Adek-adekku ( Shidiq, Aan, Ardi) Penerimaan yang sangat baik dan hangat untuk anak yatim piatu seperti aku.
9. Untuk Teman-teman angkatan 2004 dan Civitas UMY.
10. Untuk saudara-sadaraku di Jogja, anak-anak Kuncen/Linggau ( Sony, awang, Insan, Yudhi, Yudhan, Febry, Adi, Renal, Yopi, Aziz, Ega, Indra, Latif, Yura, drg. Ari, "Brigjen" Pol Ariandri, Dicky, Ipan, Bu Susi, keluarga besar om Permadi dan Pakde Gatot serta semuanya yang tak mungkin dituliskan satu persatu)
11. Untuk Sodara-sodaraku di Toyota Corolla GL-SE Community dan Jogja Corolla Owner (Om Anang, Ipin, Joel Mercy, Dygo-Leli, Nanda, Indria, Chandra, Wawan, Om Fery, Pak Dukuh, Donny, om Ganar dan lain-lain). Selalu Touring Sehat, Salam WOOooooorrrR.

12. Untuk sahabatku di "Indonesian Offroad Federation" IOF Jogja, Divisi Jip 4x4 dan Divisi Trail 2x1 . Kesenangan yang tidak akan tergantikan dengan hobby apapun.
13. Untuk Teman-teman "Jogja RGR Club" (Arjun, Gandung, Mas Jum, Andre dll), Touring menembus batas.
14. Untuk Teman-teman di Wedding Organizer LanuAmour, Sisan Asri, Alburuuuj, Larrizo (mas Wisnu, mb Mila, Dayat, Eko, Doni, Habbie, mas Aziz, Aqsa, Om Beni) thanx buat kesempatan rejekinya.
15. Untuk Direksi dan Rekan-rekan PT. SINERGI VISI UTAMA ( Bp. Achmad Nurmandi, Bp. Arrohman Mardiansyah, Bp. M. Khozin, Bp. Fauzan Ilmas. Bp. Eddy Suandana dan segenap karyawan) thanx sudah memberikan kesempatan untuk berkarya di bidang Consulting.
16. Dan untuk orang-orang yang senantiasa mendoakan dan menyayangi. Terima kasih atas doa dan

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena senantiasa memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini. Shalawat teriring salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW.

Dengan segenap rasa syukur atas selesainya skripsi dengan judul "Aktifitas Komunikasi Pemasaran Katering Sisan Asri Bugisan Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen". Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu pada Jurusan ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dengan segala hambatan serta kendala yang ada, penulis dengan doa dan usaha yang maksimal akhirnya menyelesaikan karya tulis ini. Karya tulis ini tidak dapat diselesaikan tanpa adanya arahan dan bimbingan dari segenap pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof., DR., Bambang Cipto MA. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak DR. Ali Muhammad MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief NR., S.IP.,M.Si. selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi dan juga sebagai tim peneliti

4. Ibu Suciati S.Sos., M.Si. selaku pembimbing yang senantiasa bersabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
  5. Bapak Zuhdan Aziz S.IP., S.Sn selaku penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk skripsi ini.
  6. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi UMY, terima kasih untuk Ilmu yang telah diberikan, semoga senantiasa bermanfaat untuk saya dan orang lain.
  7. Ibu Yuniaty, terima kasih atas saran dan bantuannya selama ini.
  8. Segenap karyawan TU Komunikasi ( Pak Jono, Pak Muryadi dan Mbak Siti). Pelayanan tanpa pamrih.
  9. Bapak Ir. Untung Kumoro selaku Owner Dan Pimpinan Katering Sisan Asri
  10. Bapak Wisnu Adi Murti. Koordinator WO dan Marketing Katering Sisan Asri
  11. Ibu Karyati, karyawan Katering Sisan Asri dan informan penulis
  12. Segenap Karyawan Katering Sisan Asri yang telah meluangkan waktu untuk penulis bertanya.
  13. Serta seluruh pihak yang telah mendukung untuk terciptanya karya tulis ini, semoga ALLAH SWT membalas jasa-jasa kalian.
- Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 Desember 2013

Penulis



Ocky Rai Putra



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Akademik .....	8
2. Manfaat Praktis .....	9
E. KerangkaTeori .....	9
1. Aktifitas Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Evaluasi Aktifitas Komunikasi Pemasaran.....	39
F. MetodePenelitian .....	46
1. Jenis Penelitian .....	46
2. Lokasi Penelitian .....	47
3. Narasumber/Subyek Penelitian.....	47
4. Jenis dan Sumber Data.....	47
5. Teknik Pengumpulan Data.....	48
6. Teknik Analisis Data .....	49
7. Teknik Keabsahan Data .....	50
G. Sistematika Penulisan .....	55

BAB II PROFIL KATERING SISAN ASRI.....	52
A. Sejarah Berdiri .....	52
B. Visi dan Misi.....	52
C. Struktur Organisasi .....	53
1. Bagan Struktur Organisasi .....	53
2. Susunan Pengurus Dalam Organisasi .....	54
3. Deskripsi Jabatan .....	56
D. Layanan Produk Katering “Sisan Asri” .....	61
BAB III SAJIAN DATA DAN ANALISIS .....	65
A. Sajian Data .....	65
1. Aktifitas Komunikasi Pemasaran Katering Sisan Asri .....	65
2. Perencanaan Aktifitas Komunikasi Pemasaran Efektif.....	69
a. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	70
b. Merancang Komunikasi .....	70
c. Saluran Komunikasi Yang Digunakan.....	72
d. Menetapkan Total Anggaran Komunikasi Pemasaran.....	75
e. Mengukur Keberhasilan Komunikasi Pemasaran Yang Sudah Dilakukan Sebagai Langkah Evaluasi.....	76
f. Langkah Evaluasi Katering Sisan Asri dalam Aktifitas Komunikasi Pemasaran.....	77
B. Analisis Data.....	78
1. Situasi Dan Kondisi .....	78
2. Perencanaan Aktifitas Komunikasi Pemasaran Efektif .....	83
BAB IV PENUTUP .....	96
A. Kesimpulan .....	96
B. Saran .....	07

## ABSTRAKSI

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Ocky Tri Putra – 20040530193**

**Aktifitas Komunikasi Pemasaran Katering Sisan Asri Bugisan Yogyakarta Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen**

**Tahun Skripsi : 2013**

**Halaman: 99 + xii**

**Daftar Pustaka : 14 buku + 5 internet + 5 Skripsi**

Penelitian ini mengenai aktifitas komunikasi pemasaran Katering Sisan Asri Yogyakarta dalam meningkatkan penjualan produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh katering sisan asri dalam meningkatkan penjualan produk. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan secara jelas sesuai dengan kenyataan empiris yang terjadi di lapangan serta menuangkannya ke dalam pernyataan-pernyataan sesuai dengan fenomena yang terjadi. Adapun subjek penelitian ini adalah bagian marketing catering SisanAsri.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa aktifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh catering Sisan Asri bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk agar tercapai target yang ditentukan perusahaan baik itu target konsumen ataupun target omzet. Aktifitas komunikasi pemasaran meliputi perencanaan, implementasi dan evaluasi. Perencanaan aktifitas komunikasi pemasaran meliputi menentukan tujuan komunikasi pemasaran, merancang komunikasi pemasaran kepada calon konsumen, menentukan saluran komunikasi yang dilakukan, penetapan total anggaran, dan mengukur keberhasilan aktifitas komunikasi pemasaran yang dilakukan. Dalam implementasinya, komunikasi pemasaran dilakukan menggunakan dua saluran komunikasi yaitu komunikasi langsung *personal selling* yang menggunakan brosur/leaflet sebagai instrumen promosinya dan komunikasi tidak langsung yaitu menggunakan media iklan koran serta *website*. Namun penggunaan saluran komunikasi ini tidak diiringi dengan standar yang jelas dalam pelaksanaannya, seperti tidak adanya penjadwalan yang jelas untuk kegiatan iklan di koran. Perusahaan dan pimpinan hanya berfokus kepada target omzet dan konsumen saja tanpa memperhatikan elemen-elemen pendukung untuk tercapainya target omzet dan target konsumen tersebut. Sedangkan untuk langkah evaluasi, Sisan Asri hanya mengevaluasi target omzet maupun konsumen tetapi tidak memaksimalkan saluran komunikasi pemasaran yang sudah ada.

## ABSTRACT

**Muhammadiyah Yogyakarta University**

**Social and Politic Faculty, Departement of Communication**

**Advertising Concentration**

**Ocky Tri Putra – 20040530193**

**Marketing Communication Activity of Sisan Asri Catering Bugisan Yogyakarta to Raise Customer**

**Thesis year : 2013**

**Pages : 99 + xii**

**Reference : 14 book + 5 internet + 5 thesis**

The research discusse marketing communication activity of Sisan Asri catering Bugisan Yogyakarta to raise customer. It was done through qualitative descriptive method which gains facts from the real activities and are stated into statements similiar to the phenomenon. Marketing division of Sisan Asri catering becomes the subject of the research.

Through the research, it is known that marketing communication activity which is done loy Sisan Asri catering aims to raise the product selling and company's target r.e customer target and omzet target. Marketing communication activity consists of planning, implementation, and evaluation. Planning is started by defining the purpose of marketing communication, designing the marketing communication to costumers, finding the communication channel, budgeting, and evaluating the marketing communication activity.

Sisan Asti catering implements marketing communication activity through two communication channels, they ara direct communication, personal selling done through brochures and leafiets as the promotion instrumens and indirect communication through newspaper advertisement and website.

However, its implementation is not supported by clear standart and unclear schedule for advertisement. Both the company and leader focus on its omzet target and customer without considering the supported elements which can raise both customer and omzet target.

While for the evaluation, Sisan asri only evaluates the targets without maximizing the marketing communication channels they have.

**Key word : communication activity, marketing communication**