



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH *RUSBEEF GRILL HOUSE*
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DAN LAYANAN
MELALUI MEDIA SOSIAL**

UNDERGRADUATE THESIS

Submitted as one of the requirements to obtain
Sarjana Ilmu Komunikasi

By:

IWANG PRASETYO

009201905028

**FACULTY OF HUMANIORA
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

CIKARANG

FEBRUARI, 2023

PANEL OF EXAMINER APPROVAL

The Panel of Examiners declare that the undergraduate thesis entitled **Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Rusbeef Grill House dalam Meningkatkan Penjualan Produk dan Layanan melalui Media Sosial** that was submitted by Iwang Prasetyo majoring in Communication Studies from the Humaniora Faculty was assessed and approved to have passed the Oral Examination on March, 15th 2023.

Panel of Examiner



Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D.
Chair of Panel Examiner



Anathasia Citra, S.Sos., M.Si.
Examiner I



Mariani Amri, S.Sos., M.Si.
Examiner II

STATEMENT OF ORIGINALITY

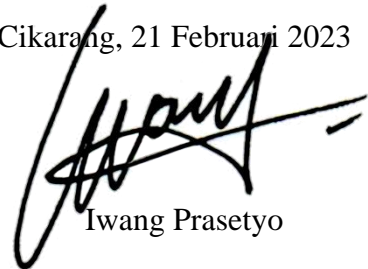
In my capacity as an active student of President University and as the author of the undergraduate thesis stated below:

Name : Iwang Prasetyo
Student ID number : 009201905028
Study Program : Communication Science Study
Faculty : Humaniora

I hereby declare that my undergraduate thesis entitled “Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah *Rusbeef Grill House* dalam Meningkatkan Penjualan Produk dan Layanan melalui Media Sosial” is, to the best of my knowledge and belief, an original piece of work based on sound academic principles. If there is any plagiarism, including but not limited to Artificial Intelligence plagiarism, is detected in this undergraduate thesis, I am willing to be personally responsible for the consequences of these acts of plagiarism, and accept the sanctions against these acts in accordance with the rules and policies of President University.

I also declare that this work, either in whole or in part, has not been submitted to another university to obtain a degree.

Cikarang, 21 Februari 2023



Iwang Prasetyo

SCIENTIFIC PUBLICATION APPROVAL FOR ACADEMIC INTEREST

As a student of the President University, I, the undersigned:

Name : Iwang Prasetyo
Student ID number : 009201905028
Study program : Communication Science Study

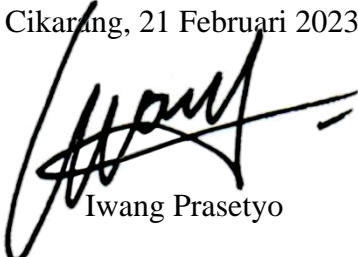
for the purpose of development of science and technology, certify, and approve to give President University a non-exclusive royalty-free right upon my final report with the title:

Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Rusbeef Grill House dalam Meningkatkan Penjualan Produk dan Layanan melalui Media Sosial.

With this non-exclusive royalty-free right, President University is entitled to converse, to convert, to manage in a database, to maintain, and to publish my final report. There are to be done with the obligation from President University to mention my name as the copyright owner of my final report.

This statement I made in truth.

Cikarang, 21 Februari 2023



Iwang Prasetyo

ADVISOR'S APPROVAL FOR PUBLICATION

As a lecturer of the President University, I, the undersigned:

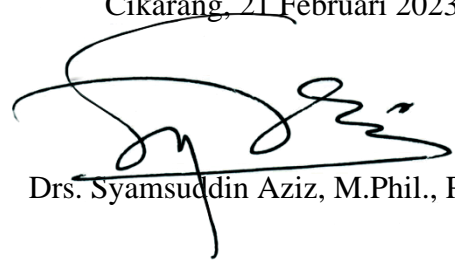
Advisor's Name : Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D.
NIDN : 0025046303
Study program : Communication Science Study
Faculty : Humaniora

declare that following thesis:

Title of undergraduate thesis : Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro
Kecil dan Menengah Rusbeef Grill House dalam
Meningkatkan Penjualan Produk dan Layanan
melalui Media Sosial
Undergraduate Thesis author : Iwang Prasetyo
Student ID number : 009201905028

will be published in the institution's repository.

Cikarang, 21 Februari 2023



Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D.

Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Rusbeef Grill House dalam Meningkatkan Penjualan Produk dan Layanan melalui Media Sosial

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

e-journal.unipma.ac.id

Internet Source

1%

2

Submitted to President University

Student Paper

1%

3

eprints.upnyk.ac.id

Internet Source

<1%

4

id.123dok.com

Internet Source

<1%

5

repository.president.ac.id

Internet Source

<1%

6

123dok.com

Internet Source

<1%

7

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1%

8

repository.uinsaizu.ac.id

Internet Source

<1%

peduli.wisnuwardhana.ac.id

Stats

Average Perplexity Score: 441.083

A document's perplexity is a measurement of the randomness of the text

Burstiness Score: 614.934

A document's burstiness is a measurement of the variation in perplexity

Your sentence with the highest perplexity, "*Examiner II Drs.*", has a perplexity of: 2892

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati, memahami, mengungkap strategi komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh UMKM *Rusbeef Grill House* dalam meningkatkan penjualan produk dan layanan melalui media sosial. Peneliti memakai metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap kedua informan yaitu pemilik dan kepala tim *marketing and sales* dari UMKM *Rusbeef Grill House*. Paradigma yang digunakan yaitu paradigma interpretivisme. Hasil penelitian menunjukkan strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dianggap efektif sebagai media untuk memasarkan produk dan menjangkau konsumen potensial. Citra merek dapat dibangun serta dikembangkan dengan kegiatan *social media marketing*, dan dikelola melalui kegiatan *marketing public relations*. Dalam penelitian ini juga dijelaskan proses perencanaan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh UMKM *Rusbeef Grill House* mengacu pada metode SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions, Control*). UMKM *Rusbeef Grill House* memanfaatkan *platform* media sosial Facebook, Tik Tok serta Instagram sebagai saluran komunikasi dan pemasaran produk. Sedangkan, *platform* Whatsapp digunakan untuk proses transaksi pemesanan produk dan layanan. Peningkatan penjualan dan *repeat order* bisa dicapai dengan memperhatikan kemudahan, harga yang kompetitif, efisiensi, fleksibilitas disertai dengan pelayanan yang baik.

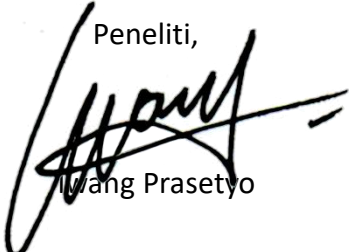
Kata kunci: komunikasi pemasaran, *social media marketing*, *marketing public relations*, *branding*, *E-WOM*

Acknowledgement Page

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan ridho-Nya, skripsi saya yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah *Rusbeef Grill House* dalam Meningkatkan Penjualan Produk dan Layanan melalui Media Sosial” dapat terselesaikan. Saya tidak akan mampu mengerjakan tugas ini tanpa keterlibatan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah berkenan mendoakan, membina, membimbing, membantu dan menginspirasi pembuatan skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih kepada:

- Kedua orang tua tercinta peneliti, atas kasih sayang yang tiada henti, doa yang tulus, dukungan, dan pengingat untuk terus maju serta pantang menyerah.
- Istri saya tercinta Giar Sidhatanu yang selalu mendoakan, mendampingi, dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
- Bapak Mohammad Raudy Gathmyr, S.Sos., M.Si. sebagai Kaprodi Ilmu komunikasi, Universitas Presiden yang telah menaungi selama ini.
- Bapak Drs. Syamsuddin Aziz, M.Phil., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memotivasi dan membimbing penyusunan skripsi saya hingga selesai.
- Ibu Anathasia Citra, S.Sos., M.Si. dan Ibu Mariani Amri, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan koreksi terhadap penelitian ini.
- Seluruh dosen dan staf dari Fakultas Humaniora Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Presiden atas ilmu dan petunjuknya yang berharga di bidang akademik.
- Musa Abdullah Nadzir selaku pemilik UMKM *Rusbeef Grill House*, beserta rekan-rekannya yang telah mengizinkan dan membantu untuk melakukan penelitian.
- Chandra, Dian, dan Fachrizal selaku teman seperjuangan dalam menyelesaikan studi ilmu komunikasi di Universitas Presiden, beserta teman sekelas yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu-persatu.
- Serta semua pihak yang secara tidak langsung membantu dan mendukung peneliti dalam berbagai tahapan penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengundang saran dan kritikan dari pembaca yang peduli tentang topik ini, guna membuat skripsi ini lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, peneliti selanjutnya, dan bagi peneliti sendiri.

Peneliti,

Wang Prasetyo

Daftar Isi

Panel Of Examiner Approval	ii
Statement Of Originality	iii
Scientific Publication Approval For Academic Interest	iv
Advisor's Approval For Publication	v
Abstrak	viii
Acknowledgement Page.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Istilah dan Singkatan.....	xiii
PENDAHULUAN.....	1
Pertanyaan Penelitian:	4
Tujuan Penelitian:.....	4
Manfaat Penelitian:.....	5
BAB 1 KAJIAN PUSTAKA.....	6
1.1 Komunikasi	6
1.2 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>).....	7
1.3 Komunikasi pemasaran terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	8
1.4 Strategi Bauran Pemasaran (<i>marketing mix strategy</i>).....	9
1.5 <i>Marketing Public Relations</i>	11
1.5.1 <i>Segmentation and Targeting</i>	12
1.5.2 Pembentukan Citra Merek (<i>Building Reputation</i>)	12
1.5.3 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	13
1.6 Promosi	14
1.6.1 <i>Endorsement</i> sebagai bagian dari Kegiatan Promosi	14
1.6.2 <i>Giveaway</i> sebagai bagian dari Kegiatan Promosi.....	15
1.7 Pemasaran melalui Media Sosial (<i>Social Media Marketing</i>).....	15
1.8 Pemanfaatan Media Sosial dalam meningkatkan Penjualan.....	18
1.8.1 Instagram.....	19
1.8.2 Whatsapp.....	21
1.8.3 Tik Tok.....	21
1.8.4 Facebook	22
1.9 Tahapan Publikasi Konten	23
1.10 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	24
1.11 Beberapa Penelitian terkait Pemasaran Produk menggunakan Media Sosial	26
BAB 2 METODOLOGI.....	25

2.1	Metode Penelitian	25
2.2	Paradigma Penelitian.....	26
2.3	Tahapan Penelitian.....	27
2.4	Metode Pemilihan Informan	28
2.4.1	Kriteria Informan.....	28
2.4.2	Informan Penelitian.....	28
2.5	Waktu dan Objek Penelitian	29
2.6	Instrumen Penelitian	29
2.7	Metode Pengumpulan Data.....	29
2.6.1	Wawancara Mendalam (<i>Indepth Interview</i>).....	30
2.6.2	Observasi.....	31
2.6.3	Studi Kepustakaan (Studi Literatur).....	31
2.8	Metode Keabsahan Data menggunakan Triangulasi.....	32
2.9	Teknik Analisis Data.....	33
BAB 3 PEMBAHASAN		70
3.1	Metode SOSTAC dalam Implementasi Kegiatan Komunikasi Pemasaran melalui Media Sosial oleh UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> sebagai Strategi Meningkatkan Penjualan Produk Dan Layanan	70
3.1.1	Alasan UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Produk dan Layanan.....	70
3.1.2	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> dalam Meningkatkan Penjualan Produk dan Layanannya.	71
3.1.2.1	<i>Platform</i> Media Sosial Yang Digunakan Oleh UMKM <i>Rusbeef Grill House</i>	71
3.1.2.2	Target Pemasaran UMKM <i>Rusbeef Grill House</i>	74
3.1.2.3	<i>Brand Positioning</i> Produk dan Layanan UMKM <i>Rusbeef Grill House</i>	76
3.1.2.4	Penentuan <i>Person In Charge</i>	77
3.1.3	Langkah-Langkah Persiapan Yang Dilakukan UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> Sebelum Melakukan Kegiatan Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial.	79
3.1.3.1	Pemilihan Isi dan Jenis Konten	79
3.1.3.2	Penentuan Dominasi Warna Pada Konten.....	81
3.1.4	Penentuan Target Keberhasilan Kegiatan Komunikasi Pemasaran.....	82
3.2	Pelaksanaan Kegiatan <i>Social Media Marketing</i> UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> ..	83
3.2.1	Cara yang dilakukan UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> untuk mendapatkan Perhatian Publik Pengguna Media Sosial	84
3.2.2	Cara UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> mempertahankan <i>Engagement</i> dengan Pelanggan.....	86
3.2.3	Jam Operasional UMKM <i>Rusbeef Grill House</i>	89

3.2.4	Alur Transaksi Penjualan Produk UMKM <i>Rusbeef Grill House</i>	91
3.2.5	Cara UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> menangani Keluhan Konsumen di Media Sosial	92
3.3	Evaluasi yang dilakukan UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> terhadap Kegiatan Pemasaran yang sudah dijalankan.	93
3.4	Pembahasan.....	95
3.5	Kesimpulan dan Rekomendasi.....	101
3.5.1	Kesimpulan	101
3.5.2	Rekomendasi.....	101
Lampiran 1	74
	Pertanyaan Untuk Informan.....	74
	Verbatim wawancara – Musa Abudullah Nadzir, Pemilik UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> Cikarang.....	81
	Verbatim wawancara – Hamzah Abdullah Basil, Divisi <i>Marketing and Sales</i> UMKM <i>Rusbeef Grill House</i> Cikarang.....	102
	Tabel Observasi.....	134
Lampiran 2	137
	Dokumentasi dan Gambar	137

Daftar Istilah dan Singkatan

COVID-19 : *Coronavirus Disease 2019*

E-WOM : *Electronic Word of Mouth*

FYP : *For Your Page*

HP : *Handphone*

UMKM : Usaha Mikro Kecil dan Menengah