



Judul Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH
PEDAGANG SAYURAN DI PASAR MAYESTIK PADA MASA PANDEMI
VIRUS COVID – 19**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Rania

NIM : 1810411128



**ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH PEDAGANG
SAYURAN DI PASAR MAYESTIK PADA MASA PANDEMI VIRUS COVID – 19**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Program Studi Ilmu Komunikasi

Rania

1810411128

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Rania

NIM : 1810411128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Maret 2022

Yang Menyatakan,




Rania

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rania

NRP : 1810411128

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalty Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH PEDAGANG SAYURAN DI PASAR MAYESTIK PADA MASA PANDEMI VIRUS COVID-19

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Maret 2022

Yang Menyatakan,



Rania

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Rania

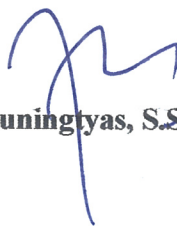
NIM : 1810411128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH PEDAGANG SAYURAN DI PASAR MAYESTIK PADA MASA PANDEMI VIRUS COVID-19

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing 1



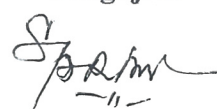
(Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si., C.NSP)

Penguji I



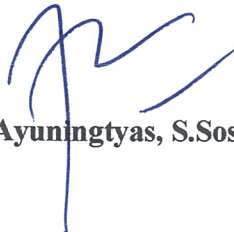
(Dr. Ilona Vicenovic O.S.)

Penguji II



(Drs. Supratman, M.Si)

KETUA PROGRAM STUDI



(Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si., C.NSP)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 28 April 2022

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN YANG DILAKUKAN OLEH PEDAGANG SAYURAN DI PASAR MAYESTIK PADA MASA PANDEMI VIRUS COVID-19

RANIA

ABSTRAK

Pandemi virus Covid-19 memberikan banyak dampak negatif kepada masyarakat luas, terutama dalam hal ekonomi. Dampak ekonomi dirasakan oleh para pedagang sayuran di pasar mayestik yaitu berkurangnya pendapatan yang mereka dapatkan, sehingga mereka harus membuat strategi komunikasi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pada masa Covid-19. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pedagang sayuran di pasar mayestik pada masa pandemi virus Covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian yang didapatkan dalam penelitian ini adalah para pedagang sayuran di pasar mayestik melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan menyampaikan secara langsung kepada pelanggannya bahwa mereka dapat dipesan melalui online, dan juga dengan memanfaatkan media sosial seperti *whatsapp*, Instagram, ataupun *e-commerce* seperti grab. Pihak pasar mayestik juga ikut membantu dengan menggunakan media sosial Instagram. Pedagang sayuran dan juga pihak pasar mayestik juga senantiasa menjaga kebersihan di lingkungan pasar mayestik dan menerapkan protokol kesehatan di pasar mayestik.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Covid-19, Pedagang Sayuran di Pasar Mayestik, Pihak Pasar Mayestik, Media Sosial.

**MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES DONE BY VEGETABLE
TRADERS IN MAJESTIC MARKETS DURING THE COVID-19 VIRUS
PANDEMIC**

RANIA

ABSTRACT

The Covid-19 virus pandemic has had many negative impacts on the wider community, especially in terms of the economy. The economic impact is felt by vegetable traders in the Mayestik market, namely the reduced income they get, so they have to make marketing communication strategies that are in accordance with the conditions during the Covid-19 period. This study was conducted with the aim of knowing the marketing communication strategies carried out by vegetable traders at the Mayestik market during the Covid-19 virus pandemic. The method used in this research is a qualitative research method with a case study approach. The results obtained in this study are that vegetable traders in the Mayestik market carry out marketing communication strategies by conveying directly to their customers that they can be ordered online, and also by utilizing social media such as whatsapp, Instagram, or e-commerce such as grab. The local market also helps by using social media Instagram. Vegetable traders and also the local market also always maintain cleanliness in the local market environment and implement health protocols in the local market.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Covid-19, Vegetable Traders in Mayestik Market, Part of Mayestik Market, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayuran di Pasar Mayestik Pada Masa Pandemi Virus Covid-19, telah disusun sejak September 2021.

Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Dr. R. Dudy Heryadi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang sudah memfasilitasi mahasiswa dengan kebijakan-kebijakannya.
2. Ibu Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si., C.NSP, selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing 1 yang selalu membimbing peneliti dengan sangat baik dan tulus, serta senantiasa memberikan waktunya untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi agar cepat selesai dengan hasil yang baik.
3. Bapak Drs. Supratman, M.Si, selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan berbagai saran dan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Intan Putri Cahyani, M.Ikom, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan kepada saya selama saya menempuh perkuliahan.
5. Pedagang sayuran di pasar mayestik dan juga pihak pasar mayestik yang sudah bersedia menjadi narasumber untuk melengkapi data penelitian ini hingga rampung.
6. Ibu Rindia dan Bapak Nano, selaku orang tua, serta kakak dan adik saya Rifda dan Raikhan yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan materil dan non materil kepada penulis.
7. Diri sendiri yang tidak pernah menyerah untuk menyelesaikan penelitian ini, meskipun terkadang ada saja hambatan dan kesibukan lain selama penyusunan skripsi.

8. Safira Khairunnisa dan Annida Fathiya, selaku sahabat peneliti yang senantiasa menemani, menghibur, dan memberikan semangat kepada peneliti pada saat penyusunan skripsi.
9. Drama China dan Drama Korea yang senantiasa menjadi sarana hiburan untuk peneliti di saat peneliti merasakan penat dan sedih selama penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 30 Maret 2022



Rania

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori Penelitian.....	18
2.3 Konsep Penelitian	21
2.4 Kerangka Berpikir.....	25

BAB III.....	27
METODELOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Metode Penelitian	27
3.2 Subjek & Objek Penelitia	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Penentuan Informan Utama & Informan.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Teknik Keabsahan Data	32
3.7 Waktu & Lokasi Penelitian.....	33
 BAB IV... ..	 34
PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Subjek & Objek Penelitian	34
4.2 Hasil Penelitian	37
4.3 Pembahasan.....	48
 BAB V.....	 59
KESIMPULAN & SARAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
 DAFTAR PUSTAKA.....	 62

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Informan Utama dan Informan.....	31
Tabel 2. Keterangan Waktu Kegiatan Penelitian.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Beberapa Pedagang Sayuran di Pasar Mayestik Yang Menggunakan Aplikasi Belanja Online	4
Gambar 2. Analisis STOP-SIT	18
Gambar 3. Kerangka Berpikir	26
Gambar 4. Pasar Mayestik.....	34
Gambar 5. Lapak Pedagang Sayur di Pasar Mayestik... ..	36
Gambar 6. Analisis SWOT	49
Gambar 7. Strategi Komunikasi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Pedagang Sayuran di Pasar Mayestik Pada Masa Pandemi Virus Covid-19.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup	64
---------------------------------	----