



Sumber : Whiteboard Journal

Judul Skripsi:

ANALISIS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN LOKA PADANG DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19

Tugas Akhir Skripsi/Tugas Akhir Selain Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Datuk Muhammad Andy Syahputra
NIM : 1710411200



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Datuk Muhammad Andy Syahputra

NIM : 1710411200

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Mei 2023

Yang menyatakan,



Datuk Muhammad Andy Syahputra

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Datuk Muhammad Andy Syahputra
NIM : 1710411200
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta hak bebas royalti non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya dengan judul:

**ANALISIS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN LOKA PADANG
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak untuk 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 : 27 Mei 2023
Yang menyatakan,



Datuk Muhammad Andy Syahputra

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Datuk Muhammad Andy Syahputra

NIM : 1710411200

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ANALISIS BAURAN KOMUNIKASI PERMASARAN LOKA
PADANG DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA
MASA PANDEMI COVID-19

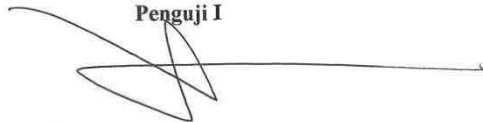
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



(Yani Hendrayani, Ph. D.)

Penguji I



(Dr. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si)

Penguji 2



(Puri Bestari M., M.Si)

KETUA PROGRAM STUDI



(Azwar, SS., M.Si.)

**ANALISIS BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN LOKA PADANG
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI
COVID-19**

DATUK MUHAMMAD ANDY SYAHPUTRA

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 menjadi masa yang sangat sulit terhadap aktivitas pemasaran di seluruh bidang usaha. Pandemi Covid-19 membuat aktivitas pemasaran menjadi terhambat sehingga berdampak terhadap penurunan penjualan. Loka Padang merupakan salah satu usaha di sektor makanan yang mengalami penurunan penjualan pada pandemi Covid-19. Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui bauran komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Loka Padang selama masa pandemi Covid-19. Penerapan bauran komunikasi dilakukan sebagai suatu langkah dalam mengatasi permasalahan penurunan penjualan Loka Padang yang terjadi selama masa pandemi Covid-19. Pada penelitian penulis menggunakan teori komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif melalui metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa adanya bauran komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh pihak Loka Padang melalui kampanye “BerbagiLoka” untuk meningkatkan omzet penjualan selama pandemi Covid-19. Bauran komunikasi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan Loka Padang selama pandemi Covid-19. Selain itu, penggunaan media sosial juga membawa dampak positif bagi keseluruhan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Loka Padang. Media sosial sangat memberikan kemudahan akses dalam melakukan komunikasi pemasaran dengan jangkauan yang lebih luas selama pandemi Covid-19 berlangsung.

Kata kunci: Bauran komunikasi pemasaran, pandemi Covid-19.

**ANALYSIS OF LOKA PADANG MARKETING COMMUNICATION MIX IN
INCREASING SALES DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

DATUK MUHAMMAD ANDY SYAHPUTRA

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has become a very difficult time for marketing activities in all business fields. The Covid-19 pandemic hampered marketing activities, which resulted in a decrease in sales. Loka Padang is one of the businesses in the food sector that experienced a decline in sales during the Covid-19 pandemic. This research was conducted to find out the marketing communication mix used by Loka Padang during the Covid-19 pandemic. The implementation of the communication mix was carried out as a step in overcoming the problem of declining sales of Loka Padang that occurred during the Covid-19 pandemic. In this research, the writer uses marketing communication theory. The research method used in this study is a qualitative method with a type of qualitative descriptive research through interviews, observation and documentation. The results of the study stated that there was a marketing communication mix implemented by Loka Padang through the "BerbagiLoka" campaign to increase sales turnover during the Covid-19 pandemic. The marketing communication mix has a very important role in increasing Loka Padang sales during the Covid-19 pandemic. In addition, the use of social media also has a positive impact on the overall marketing communications carried out by Loka Padang. Social media greatly provides easy access in carrying out marketing communications with a wider reach during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Marketing communication mix, Covid-19 pandemic.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Bauran Komunikasi Pemasaran Loka Padang Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19. Skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, *support*, dan juga doa dari semua pihak, maka dalam hal ini izinkan penulis mengucapkan terima kasi yang setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia baiknya hingga detik ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Puji dan syukur penulis senantiasa penulis ucapkan karena berkat umur, kesehatan, dan kekuatan sehingga penulis dapat benar-benar menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberi semangat dan doanya baiknya selama ini sehingga penulis selalu semangat untuk selalu berusaha mengerjakan skripsi sampai selesai dan juga agar penulis dapat mengatasi hambatan yang ada sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan kuliah.
3. Ibu Yani Hendrayani, Ph. D. selaku dosen pembimbing I penulis yang selalu sabar dalam membimbing dan membantu penulis hingga selesainya skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan dan juga motivasinya selama menjadi dosen pembimbing.
4. Ibu Puri Bestari M., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang dengan teliti membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih banyak atas bimbingannya selama ini.
5. Bapak Drs. Supratman, M.Si selaku dosen pembimbing akademik penulis yang selalu membantu dari awal sampai akhir masa perkuliahan penulis.

Terima kasih atas nasehat-nasehat baik dan berguna yang bapak berikan selama penulis berkuliah.

6. Ibu Irene Umar selaku *founder* dari Loka Padang yang sudah bersedia mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan juga bersedia menjadi narasumber untuk penelitian yang dilaksanakan oleh penulis.
7. Ibu Rosalya Wijaya selaku *chief of impact* dari Loka Padang yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam penelitian yang dilaksanakan oleh penulis.
8. Terima kasih kepada Galih Adrikni N., Tyo Anggiting T., Pramesti Ayu C., Nafal Hibrizy, Rahmat Setiawan F., Adnan Fadillah H., Muhammad Fikri A., Irsyad Harisandy, Enrico Yudha, Dimas Pratama, Gita Suci H., Fadhlán Aldhifan, dan Billy Yasir A. yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama saya berkuliah.
9. Terima kasih kepada Rahma Anisah dan Deni Prayoga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsinya walaupun sambil bekerja.
10. Terima kasih kepada Ipani Wahdaniatun yang selalu mengingatkan penulis setiap harinya untuk segera menyelesaikan skripsinya.
11. Serta seluruh teman-teman ilmu komunikasi angkatan 2017 UPN Veteran Jakarta. Terima kasih sudah selalu membantu dan menyemangati penulis selama berkuliah.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINILITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Konsep Penelitian	12
2.2 Teori Penelitian	14
2.3 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Metode Pengumpulan Data	25
3.3 Teknik Analisis Data	26
3.4 Keabsahan Data	27
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.2 Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA74
LAMPIRAN.....75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Waktu Penelitian	29
---------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sate Daging Jamur Loka Padang	2
Gambar 2. Rendang Loka Padang.....	3
Gambar 3. UMKM Terdampak Pandemi Covid-19.....	5
Gambar 4. Masalah Utama Selama Pandemi Covid-19.....	6
Gambar 5. Kampanye "Berbagi Loka"	52
Gambar 6. Program Kegiatan “BerbagiLoka”	53
Gambar 7. Bentuk Kerja Sama Loka Padang.....	54
Gambar 8. Bentuk Kerja Sama Loka Padang.....	54
Gambar 9. Program Seminar Pemerintah.....	55
Gambar 10. Liputan Berita The Jakarta Post	56
Gambar 11. Iklan Media Sosial Loka Padang.....	57
Gambar 12. Akun Instagram Loka Padang	58
Gambar 13. Akun TikTok Loka Padang	59
Gambar 14. Iklan Media Sosial Loka Padang.....	60
Gambar 15. Iklan Media Sosial Loka Padang.....	60
Gambar 16. Bentuk Promosi Food Vlogger.....	62
Gambar 17. Bentuk Promosi Food Vlogger.....	63
Gambar 18. Marketplace Loka Padang	65
Gambar 19. Marketplace Loka Padang.....	66
Gambar 20. Diskon Produk Loka Padang.....	68
Gambar 21. Diskon Produk Loka Padang.....	68
Gambar 22. Program Promosi Bersama Loka Padang.....	69
Gambar 23. Program Promosi Bersama Loka Padang.....	69
Gambar 24. Dokumentasi Wawancara Tahap 1.....	109
Gambar 25. Dokumentasi Wawancara Tahap 2.....	109