



# **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN K'HWa COFFEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN MENARIK MINAT KONSUMEN**

Nama : Brian Barkah

NIM : 1810411294



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Brian Barkah  
NIM : 1810411294  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 4 Oktober 2023

Yang menyatakan,



Brian Barkah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Brian Barkah  
NIM. 1810411294  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN K'HWA COFFEE DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN DAN MENARIK MINAT KONSUMEN.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 : 4 Oktober 2023

Yang menyatakan



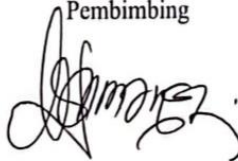
Brian Barkah

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Brian Barkah  
NIM : 1810411294  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran K'hwa Coffee  
Dalam Meningkatkan Penjualan dan Menarik Minat Konsumen

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

Pembimbing



(Dr. Kusumajanti, S. SoS., M. M., M.Si)

Penguji 1



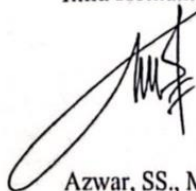
(Yosi Hendrayani, Ph.D. )

Penguji 2



(Ratu Laura Mulia. B.P. M.Sc)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 7 Desember 2023

# ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN K'HWA COFFEE DALAM MENNARIK MINAT KONSUMEN

**Brian Barkah**

## **Abstrak**

**Abstrak:** Komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan dari manusia kepada manusia lain. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa manusia tidak terlepas dari komunikasi. Maka dapat diartikan bahwa pemahaman ilmu komunikasi adalah pesan informasi yang disampaikan dari orang yang menyampaikan kepada orang yang menerima. Perubahan yang terlihat adalah berkembangnya budaya minum kopi pada coffeeshop modern, seperti yang terlihat masyarakat Indonesia menghabiskan waktu dan uang pribadi untuk menikmati kuliner kopi. Kondisi ini bisa dipantau dari kenaikan persebaran tempat-tempat atau kedai kopi di Jakarta dan juga Bekasi. Penelitian ini membahas mengenai Strategi Komunikasi pemasaran coffeeshop modern yang bernama K'hwa Coffee untuk menarik minat konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan wawancara, dokumentasi untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang digunakan K'hwa Coffee dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini menggunakan teori *Intergrated Marketing Communication* (IMC), yang mencakup upaya koordinasi dari berbagai elemen promosi dan kegiatan pemasaran lainnya dan bauran pemasaran 4p yang terdiri dari product, price, place dan promotion yang digunakan K'hwa Coffee dalam menarik minat konsumen, serta beberapa teknik komunikasi bisnis.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, K'hwa Coffee, *Intergrated marketing Communication*, Bauran Pemasaran, Komunikasi Bisnis.



# **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN K'HWA COFFEE DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN**

**Brian Barkah**

## *Abstract*

**Abstract:** *Communication means the process of delivering a statement from one human to another. This understanding explains that humans cannot be separated from communication. So it can be interpreted that the understanding of communication science is an informational message that is conveyed from the person who conveys it to the person who receives it. The visible change is the development of a coffee drinking culture in modern cafes, as seen by the Indonesian people spending personal time and money on Komsum to enjoy culinary coffee. . This condition can be monitored from the increase in the distribution of places or coffee shops in Jakarta and Bekasi. This study discusses the marketing communication strategy of a modern cafe called K'hwa Coffee to attract consumer interest. This study uses qualitative research methods by conducting interviews, documentation to determine the marketing communication strategy used by K'hwa Coffee in attracting consumer interest. This study uses the theory of Integrated Marketing Communication (IMC), which includes coordinating efforts from various promotional elements and other marketing activities and the 4p marketing mix consisting of product, price, place and promotion that K'hwa Coffee uses in attracting consumer interest, as well as some business communication techniques.*

*Keywords : Strategy Marketing Communication, K'hwa Coffee, Intergrated Marketing Communication, Bauran Marketing, Business Communication.*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT atas berkat dan rahmat serta karunia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang juga menjadi salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan jenjang studi SI di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Selain itu proposal skripsi penulis yang berjudul **Strategi Komunikasi Pemasaran K’hwa coffee dalam Meningkatkan Penjualan dan Menarik Minat Konsumen**. Hal ini pula tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis sangat mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang turut serta dan partisipasi dalam bentuk dukungan khususnya kepada penulis selama melakukan penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan salam hormat kepada :

1. Ibu Dr. Kusumajanti, M.Si., selaku Dekan FISIP UPNVJ sekaligus dosen Pembimbing atas bimbingan, saran, motivasi dan arahan yang bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
2. Kak Ratu Laura Mulia B. P, S.Psi. M.Sc., selaku Dosen Pembimbing 2 atas bimbingan, saran, motivasi dan arahan yang diberikan.
3. Kedua orang tua penulis, Masdul Pohan dan Nurwidyati yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan nasehat serta kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis yang merupakan anugerah terbesar.
4. Kakak kandung penulis Mira Masita yang telah memberikan semangat dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Abang kandung penulis Johan Akbar Pohan yang telah memberikan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabat penulis, Fayruz, Dimas, Agung, Alan, Rauzan, Elis, dan Grace selaku sahabat dalam suka dan duka. Terima kasih atas semangat dan motivasi yang diberikan.

Kami menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 5 Agustus 2023

Peneliti



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR DIAGRAM</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2 Komunikasi Bisnis.....	29
2.3 Integrated Marketing Communication (IMC).....	33
2.4 Cafe/ Coffee Shop.....	38
2.5 Teori Media Baru (New Media).....	39
2.6 Media Sosial.....	41
2.7 Definisi Konseptual.....	44

2.8	Kerangka Penelitian.....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>49</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	49
3.2	Pendekatan Penelitian.....	49
3.3	Objek Penelitian.....	51
3.4	Jenis Penelitian.....	51
3.5	Teknik Penumpulan Data.....	52
3.6	Sumber Data.....	54
3.7	Teknik Analisis Data.....	55
3.8	Tabel Rencana Waktu.....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>58</b>
4.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	58
4.2	Identitas Responden.....	61
4.3	Hasil Penelitian.....	63
4.4	Pembahasan.....	80
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>85</b>
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>91</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Analisis SWOT K'hwa Coffee.....	4
Tabel 3.8 Waktu Penelitian.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo K'hwa Coffee.....	5
Gambar 4.1 Lokasi K'hwa Coffee .....	59
Gambar 4.1 Logo K'hwa Coffee.....	60
Gambar 4.3.1 Mesin Roasting dan Promosi.....	65
Gambar 4.3.2 Menu K'hwa Coffee Galaxy, Grha Pertamina, dan Graha Elnusa.....	66
Gambar 4.3.3. Lokasi K'hwa Coffee Galaxy, Grha Pertamina, dan Graha Elnusa ..	67
Gambar 4.3.4 Instagram K'hwa Coffee .....	68

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.6 Kerangka Penelitian.....	47
------------------------------------	----

## DAFTAR DIAGRAM

Diagaram 1.1 Omset K'hwa Coffee .....	4
---------------------------------------	---

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 . Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2. Sertifikat

Lampiran 3. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi

Lampiran 4. Kontrak Penulisan Akhir Skripsi

Lampiran 5. Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Lampiran 6. Folmulir Persetujuan Perbaikan Naskah Seminar Usulan Tugas Akhir (SUTA)

Lampiran 7. Dokumentasi Wawancara