



Judul Skripsi

Komunikasi Pemasaran Kopi Nako Ciracas

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

Nama : Deddy Aditya

NIM :1710411180



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 : Deddy Aditya

NIM : 1710411180

Program Studi : Komunikasi

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

Jakarta, 26 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Deddy Aditya)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Deddy Aditya
NIM : 1710411180
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:

(KOMUNIKASI PEMASARAN KOPI NAKO CIRACAS)

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 : 27 Juli 2024

Yang menyatakan,



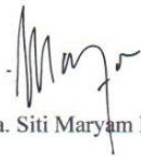
(Deddy Aditya)

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Deddy Aditya
NIM : 1710411180
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Komunikasi Pemasaran Kopi Nako Ciracas

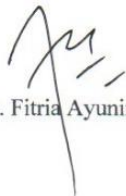
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dra. Siti Maryam M.Si)

Penguji 1



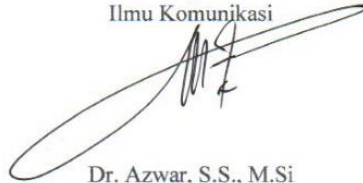
(Dr. Fitria Ayuningtyas M.Si)

Penguji 2



(Lusi Handayani S.I.Kom M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Juli 2024

Abstrak

Penelitian ini memusatkan perhatian terhadap komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Kopi Nako sebagai target panorama konsumsi setiap muda-mudi di bidang F&B, *Food and Beverages*. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dan menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis Komunikasi Pemasaran Kopi Nako Ciracas. Dalam menganalisis penelitian ini, peneliti menggunakan perencanaan dengan metode 7P. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui observasi secara langsung, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian dengan mereduksi, menyajikan dan mengambil kesimpulan dari data yang diperoleh. Kopi Nako menempuh komunikasi pemasaran yang mengacu pada beberapa elemen komunikasi pemasaran terpadu yaitu konsep pemasaran menggunakan 7P yang meliputi pada konsep bauran pemasaran 7P yaitu, *Product, Place, Price, Promotion, Proses, People dan Physical Evidence*. Pemasaran 7P adalah alat penting untuk perusahaan dalam merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif. Paper ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Kopi Nako menerapkan elemen 7P dalam bisnisnya untuk mencapai kesuksesan di pasar yang kompetitif. Hal yang mendasari dalam pemilihan komunikasi pemasaran adalah segmentasi, *targeting*, dan *positioning*. Strategi promosi yang dilakukan oleh Kopi Nako menggunakan media sosial dari Instagram karena Instagram dinilai memiliki potensi yang cukup besar dalam menarik pengunjung ingin datang dan bekerja sama dengan perusahaan *Start Up* seperti Gojek dan Grab juga dalam mempromosikan untuk meningkatkan penjualan. Dalam perencanaan strategis, Kopi Nako, melakukan 5 langkah yakni, (1) pandangan dan tujuan, (2) analisis tatanan dibagian luar (3) analisis tatanan dibagian dalam, (4) mendeskripsikan prosedur masalah, (5) menata prosedur.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Kopi Nako

Abstract

This research focuses on the marketing communications used by Kopi Nako as a target for the consumption panorama of every young person in the F&B, Food and Beverages sector. This research intends to find out and analyze the marketing communications carried out to find out and analyze the Marketing Communications of Nako Ciracas Coffee. In analyzing this research, researchers used planning using the 7P method. The paradigm used in this research is constructivism. Using qualitative descriptive research methods through direct observation, documentation and interviews. Data analysis techniques in research include reducing, presenting and drawing conclusions from the data obtained. Kopi Nako uses marketing communications which refers to several elements of integrated marketing communications, namely the marketing concept using 7P which includes the 7P marketing mix concept, namely, Product, Place, Price, Promotion, Process, People and Physical Evidence. The 7Ps of Marketing are an important tool for companies in planning and implementing effective marketing strategies. This paper aims to explore how Kopi Nako applies the 7P elements in its business to achieve success in a competitive market. The underlying factors in selecting marketing communications are segmentation, targeting and positioning. The promotional strategy carried out by Kopi Nako uses social media from Instagram because Instagram is considered to have quite large potential in attracting visitors who want to come and collaborate with Start Up companies such as Gojek and Grab as well as in promoting to increase sales. In strategic planning, Kopi Nako, carries out 5 steps, namely, (1) views and objectives, (2) analysis of the external order (3) analysis of the internal order, (4) describing problem procedures, (5) organizing procedures

Keyword: Marketing Communication, Kopi Nako

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, serta rahmat dan kasih sayang-Nya yang tidak terbatas sehingga penelitian yang penulis lakukan sejak bulan September 2023, dengan judul “Komunikasi Pemasaran Kopi Nako Ciracas” berhasil diselesaikan. Penyusunan skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Tidak lupa penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu berlangsungnya penulisan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Dr. S Beki Istiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Dr. Azwar S.S. M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
4. Dr. Fitria Ayuningtyas M. Si selaku Dosen Penguji 1 skripsi yang memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi
5. Lusi Handayani S.I.Kom, M.Si selaku Dosen Penguji 2 skripsi yang memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Muhammad Ovi Palka selaku Manajer Operasional Kopi Nako Ciracas yang telah memberikan waktu untuk diwawancara terkait penelitian untuk menyelesaikan skripsi.
7. Pak Wilson, Bu Ria, Ka Grace dan Bang Deni yang selalu memotivasi penulis dan doa yang diberikan untuk menyelesaikan penulisan skripsi.

8. Rekan dan semua pihak yang terkait Alex, Adnan, Bayu, Ellisa, Elfrida, Ruben, Farchan, Raihan, Reza, Ipoel, Opal dan seterusnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena sebab itu, penulis sangat mengharapkan para pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun.

Jakarta, 7 Juli 2024



Deddy Aditya

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Pernyataan Orisinalitas.....	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstrack.....	v
Daftar Isi.....	viii
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Konsep – Konsep Penelitian.....	20
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21
2.3 Teori Penelitian.....	23
2.3.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dengan Pendekatan 7 P.....	23
2.4 Kerangka Berfikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Objek Penelitian.....	33
3.1.1 Profil Kopi Nako.....	33
3.1.2 Logo Kopi Nako.....	35
3.2 Jenis Penelitian.....	38

3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.4	Sumber Data	42
3.5	Teknik Analisis Data.....	43
3.6	Teknik Keabsahan Data	43
3.7	Tabel Rencana Waktu	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Subjek Penelitian.....	46
4.1.1	Profil Kopi Nako Ciracas	46
4.2	Hasil Temuan Penelitian.....	51
4.2.1	Produk (Product).....	51
4.2.2	Harga (Price)	54
4.2.3	Promosi (Promotion).....	57
4.2.4	Tempat (Place)	60
4.2.5	Orang (People).....	62
4.2.6	Proses (Process).....	64
4.2.7	Bukti Fisik (Physical Evidence).....	66
4.3	Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	81
Daftar Pustaka		82
Lampiran.....		84

Daftar Gambar

Gambar 1. 1 Poster Film Filosofi Kopi.....	2
Gambar 1. 2 Volume Produksi Kopi Berdasarkan 10 Produsen Teratas (2022/2023)	3
Gambar 1. 3 Volume Produksi Kopi Berdasarkan 10 Produsen Teratas (2017/2022)	3
Gambar 1. 4 Berita Konsumsi Kopi.....	4
Gambar 1. 5 Perkembangan Bisnis Kopi Nako.....	6
Gambar 3. 1 Kopi Nako Ciracas.....	34
Gambar 3. 2 Website Kopi Nako.....	34
Gambar 3. 3 Instagram Kopi Nako Ciracas	35
Gambar 3. 4 Logo Kopi Nako.....	35
Gambar 4. 1 Logo Kopi Nako	46
Gambar 4. 2 Promo Pagi.....	58
Gambar 4. 3 Promo Tumbler.....	58
Gambar 4. 4 Tampak Depan Kopi Nako	61
Gambar 4. 5 Struktur Jabatan Kopi Nako.....	63
Gambar 4. 6 Barista	64
Gambar 4. 7 Proses Transaksi.....	65
Gambar 4. 8 Live Music.....	66
Gambar 4. 9 Desain Tembok.....	67

Daftar Tabel

Tabel 2. 2 Penelitan Terdahulu	13
Tabel 2. 3 Kerangka Berfikir.....	32
Tabel 3. 1 Daftar Pertanyan.....	39
Tabel 3. 2 Tabel Penelitian	44
Tabel 4. 1 Tabel Harga Minuman	55