

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *NOII'S*
DIET CATERING DALAM MENINGKATKAN
PELANGGAN**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana Strata 1 (S1)

Ilmu Komunikasi Konsentrasi: Hubungan Masyarakat



Disusun oleh :

ANAS CHAIR MURTADHI

07031381320064

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2019

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan era globalisasi yang semakin modern ini, tentu akan membawa banyak dampak perubahan di berbagai bidang aspek di dalam kehidupan sehari-hari. Dengan seiring zaman, gaya hidup masyarakat pun sedikit demi sedikit mulai berubah. Keadaan secara berangsur berubah sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat menuju kehidupan yang lebih urban dan modern, contohnya saja masyarakat sekarang lebih memilih mengkonsumsi makanan yang dijual di tempat makan ketimbang memasak sendiri di rumah. Perkembangan zaman telah membuat masyarakat lebih memilih untuk bersikap hidup praktis dengan memilih makanan yang mudah disajikan tetapi tetap terjaga cita rasa dan kesehatannya. Salah satu alternatif yaitu memilih untuk mengonsumsi makanan cepat saji (*fast food*) yang sekarang sudah menjadi fenomena makanan yang diakui keberadaannya oleh masyarakat. Makanan cepat

saji banyak diminati oleh kebanyakan orang karena praktis penyajiannya dan harga terjangkau serta tersedianya jasa layanan cepat antar dan eksklusif yang disediakan oleh para pelaku bisnis kuliner. Hal ini dilakukan untuk menarik minat para konsumen dan pelanggan agar tetap setia dengan produk yang ditawarkan.

Perkembangan dunia bisnis kuliner saat ini semakin ketat, karena banyaknya persaingan dalam menjual produk maupun jasa yang ditawarkan. Hal utama yang harus diperhatikan dalam membangun dan memasarkan produk atau jasa adalah membangun komunikasi yang baik. Komunikasi bertujuan untuk memperkenalkan perusahaan dan berinteraksi langsung dengan para konsumen, dengan begitu diharapkan konsumen dapat tertarik dengan produk atau jasa layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Selain itu, komunikasi juga dapat menginformasikan dan membuat konsumen menyadari atas keberadaan suatu produk atau jasa layanan yang telah ditawarkan. Tanpa komunikasi,

konsumen tidak akan mengetahui keberadaan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Dengan teknologi yang semakin canggih, membuat para pelaku bisnis menggunakan internet sebagai sarana komunikasi untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk dan jasa layanan yang akan ditawarkan kepada konsumen.

Pemanfaatan media internet saat ini telah berubah menjadi sarana sebagai penyebar informasi dan komunikasi secara global didalam dunia bisnis, terutama bisnis kuliner. Pesatnya perkembangan teknologi informasi memunculkan konsep baru dalam pemasaran di dunia bisnis kuliner. Cara mempromosikannya pun semakin berubah menjadi praktis dan menarik para konsumen. Biasanya para penjual menawarkan barang dan jasa yang mereka jual hanya di toko atau media massa saja, namun sekarang dengan adanya internet para penjual dapat memasarkan produk kuliner dengan lebih cepat dan tentunya jangkauan yang lebih luas.

Kegunaan Internet adalah salah satunya sebagai sarana untuk

periklanan, yaitu berfungsi untuk mempromosikan produk atau jasa untuk beriklan melalui internet dengan biaya yang sangat relatif terjangkau. Dengan adanya internet, para pelaku usaha kuliner dengan mudah memperkenalkan sekaligus menawarkan produk menu makanan yang akan dijual kepada para konsumen. Pelaku usaha kuliner pun merancang strategi promosi dengan sebaik mungkin agar dapat bersaing dengan usaha lainnya. Kini usaha kuliner sudah merambah ke dunia internet. Bentuk perdagangan terbaru menggunakan internet yang kian memudahkan penggunaannya adalah *E-commerce*.

E-commerce (electronic commerce) adalah suatu proses pembelian dan penjualan antar dua belah pihak di dalam suatu perusahaan dengan adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi melalui media internet (Indrajit, 2001:79). *E-commerce* menjadi strategi promosi yang digunakan oleh perusahaan besar maupun usaha kecil untuk memperkenalkan secara cepat dan detail mengenai produk dan merek tersebut secara jelas

dan mudah dimengerti, hal itu akan mempermudah dalam mempromosikan produk dan merek kepada para konsumen. Bentuk *e-commerce* yang kerap digunakan dalam melakukan transaksi jual beli melalui media sosial. Media sosial digunakan sebagai media pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan *image* produk, dan berakhir pada peningkatan penjualan (Kotler dan Keller, 2016).

Media sosial merupakan media yang dapat digunakan oleh siapapun dan kapanpun dibutuhkan. Masyarakat saat ini tidak bisa terlepas dari media sosial, sehingga semua orang dari berbagai lapisan masyarakat menggunakannya untuk berbagai kepentingan dalam membangun komunikasi yang baik. Dengan berkembangnya zaman yang semakin canggih membuat inovasi baru para pelaku bisnis untuk memanfaatkan media sosial sebagai media utama dalam mengiklankan serta mempromosikan barang atau jasa yang akan dijual, karena

dianggap efektif dan juga tanpa dipungut biaya. Salah satu usaha kuliner yang menggunakan media sosial sebagai media utama untuk mengiklankan dan mempromosikan produknya adalah *Noii's Diet Catering*.

Noii's Diet Catering merupakan salah satu usaha kuliner di kota Palembang yang bergerak dibidang layanan jasa katering. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti bahwasanya *Noii's Diet Catering* merupakan salah satu katering yang memiliki jumlah *followers* (pengikut) terbanyak di media sosial *Instagram* dibandingkan beberapa akun katering lainnya di kota Palembang. Berikut ini dapat dilihat perbandingan antara *followers* (pengikut) *Noii's Diet Catering* dengan beberapa akun katering lainnya yang ada di kota Palembang :

Gambar 1.1



Sumber : Hasil dokumentasi peneliti

Pada gambar 1.1 dapat dilihat pada akun *Instagram* milik *Noii's Diet Catering* jumlah pengikutnya (*followers*) sebanyak 20,9K atau 20.900 *followers*. Dengan jumlah 20.900 pengikut tersebut, katering *Noii's Diet Catering* dapat dikatakan memiliki jumlah pengikut terbanyak dibandingkan akun *Instagram* katering sehat lainnya di kota Palembang. Hal ini dapat dilihat perbandingannya pada gambar-gambar selanjutnya.



Gambar 1.4.



Berdasarkan gambar-gambar diatas, ada 3 akun *Instagram* catering yang dijadikan peneliti untuk membandingkan jumlah pengikut *Instagram* dengan *Noii's Diet Catering*. Pada gambar 1.2, akun milik @Dapurohanny yang memiliki jumlah 15,5K atau 15.500 *followers*. Kemudian pada gambar 1.3. akun milik @Marimarkitchen dengan jumlah pengikut sebanyak 12,3K atau 12.300 *followers*. Selanjutnya pada gambar 1.4. akun milik

@Healthymealid yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 3.318 *followers*.

Jadi, berdasarkan hasil pengamatan melalui 4 akun resmi catering di kota Palembang tersebut, *Noii's Diet Catering* merupakan satu-satunya yang memiliki jumlah pengikut terbanyak. Maka dari itu peneliti pun tertarik untuk memilih *Noii's Diet Catering* sebagai objek utama penelitian, karena dengan melihat jumlah pengikut terbanyak sehingga dapat dikatakan *Noii's Diet Catering* merupakan catering yang sudah cukup terkenal di kota Palembang.

Adapun pembeda *Noii's Diet Catering* dengan catering lainnya adalah berfokus pada menu-menu makanan sehat. Menu makanan yang ditawarkan pun dikhususkan untuk membantu konsumen dan pelanggan yang memiliki masalah dengan berat badan sehingga berkeinginan untuk menurunkan dan menstabilkan kembali berat badan. Makanan yang diproduksi kemudian diolah tanpa menggunakan bahan pengawet dan menggunakan garam dan gula khusus sehingga sehat dan baik untuk

dikonsumsi oleh para konsumen.

Produk makanan yang ditawarkan pun memiliki harga yang relatif terjangkau sehingga semua masyarakat dapat menggunakan produknya.

Makanan yang diolah juga memiliki kualitas yang sangat baik untuk tubuh

karena telah teruji oleh ahli gizi. *Noii's Diet Catering* juga memiliki ahli gizi

yang turut andil dalam menentukan dalam pembuatan menu-menu

makanan yang akan dipasarkan kepada konsumen, sehingga produk-

produk yang dipasarkan oleh *Noii's Diet Catering* dapat teruji kandungan

gizinya yang dapat dijadikan produk makanan sehat khusus untuk

menstabilkan berat badan dengan optimal. Dari penjelasan diatas, maka

peneliti dapat menyimpulkan alasan untuk melakukan penelitian

berdasarkan masalah yang telah dijelaskan, adalah:

Tabel 1.1. Data Penjualan Produk *Noii's Diet Catering* Palembang Periode Tahun 2017

No	Nama Bulan	Target Penjualan	Jumlah Penjualan
----	------------	------------------	------------------

1	Januari	250 Paket	293 Paket
2	Februari	250 Paket	298 Paket
3	Maret	250 Paket	357 Paket
4	April	250 Paket	211 Paket
5	Mei	250 Paket	167 Paket
6	Juni	250 Paket	124 Paket
7	Juli	300 Paket	373 Paket
8	Agustus	300 Paket	417 Paket
9	September	300 Paket	435 Paket
10	Oktober	300 Paket	438 Paket
11	November	350 Paket	444 Paket
12	Desember	350 Paket	474 Paket

Sumber : Noii's Diet Catering Palembang

Berdasarkan tabel 1.1 penjualan paket *Noii's Diet Catering* menunjukkan bahwa jumlah penjualan pada bulan April, Mei, dan Juni mengalami penurunan dari target yang ditentukan. Target awal pada

bulan April adalah 250 paket sedangkan yang terjual hanya 211 paket, selanjutnya pada bulan Mei dari target awal 250 paket hanya terjual 167 paket, dan target awal bulan Juni 250 paket hanya terjual 124 paket. Berbeda dengan jumlah penjualan pada bulan Juli hingga Desember dimana target penjualan paket *Noii's Diet Catering* yang mengalami peningkatan secara signifikan dari target awal yang ditentukan.

Hal ini menunjukkan ada strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh *Noii's Diet Catering* yang berdampak pada peningkatan penjualan paket dari bulan Juli hingga Desember. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan *Noii's Diet Catering* sehingga pada bulan Juli hingga Desember mengalami peningkatan secara pesat dalam pemasaran produknya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan di dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Bagaimana strategi komunikasi pemasaran *Noii's Diet Catering* dalam meningkatkan jumlah pelanggannya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang digunakan *Noii's Diet Catering* sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggannya.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan akan dapat memperkaya kajian tentang ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi pemasaran yang berkaitan dengan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Pelanggan
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur penelitian tentang strategi yang diterapkan di usaha *Noii's Diet Catering*

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan kritik dan saran bagi *Noii's Diet Catering* untuk strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan pelanggan, menambah wawasan dan pengetahuan baru khususnya bagi peneliti untuk mengerti serta memahami lebih jauh tentang strategi komunikasi pemasaran
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan dasar pertimbangan dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran di masa yang akan datang dalam meningkatkan pelanggan dan mempromosikan produk *Noii's Diet Catering*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Anwar, Arifin. 2004. Strategi Komunikasi. Bandung: Armilo

Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Untuk Public Relatios Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

Cangara, Hafied. 2014. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Effendy, Onong Uchyana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Glueck William F, Jauch, Lawrence R. 2001. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan (Edisi Pertama)*. Jakarta: Erlangga.

Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Erlangga : Jakarta.

Indrajit, Richardus Eko. 2001. *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Indeks : Jakarta.

Kolter dan Keller. 2012. *Marketing Management Edisi 14th*. New Jersey: Peasron Prentice Hall.

Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Rosda : Bandung.

Pujileksono, Sugeng. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Intrans Publishing : Malang.

R Dermawan Soemanagara., 2006. *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer (Gramedia Group).

Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Rajawali Pers : Jakarta.

Saladin, Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama*. Bandung, Linda Karya

Smith, D. Ronald. 2005. *Strategic Planning For Public Relations, Second Edition*. London: Lawrence Erlbaum Associates Publisher.

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta : Bandung.

William G. Nickels, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua (Cetakan Ke-tigabelas, Basu, Swastha DH., Irawan)*. Yogyakarta: Liberty Offset.

Skripsi dan Jurnal :

Ani, Wasrif, 2016. “*Strategi Komunikasi Indosat Ooredoo dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Kota Samarinda*” (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman).

Asshiddiq, Nuruzzaman, 2015. “*Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan*” (Studi Deskriptif Kualitatif pada Gudeg Kaleng Bu Tjirto

Yogyakarta)”(Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Gustena, Andrawita, 2011. “*Strategi Komunikasi Agen Asuransi Dalam Menciptakan Pelanggan*” (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, Bandar Lampung).

Mulyawan, Arief, 2012. “*Strategi Komunikasi Pemasaran Trans Studio Bandung Dalam Menumbuhkan Minat Konsumen untuk Berkunjung*” (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Jawa Barat).

Septian, Deddy, 2016. “*Strategi Komunikasi Pemasaran Cafe Tong Susu Pekanbaru dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*” (Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Riau, Pekanbaru).

Internet :

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/> diakses pada tanggal 13 Juli 2018

<https://www.instagram.com/noii17/> diakses pada tanggal 20 November 2018

<https://www.facebook.com/noiisdietcatering/> diakses pada tanggal 20 November 2018