

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEKAR JAYA *SEAFOOD*
PACITAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas
Ahmad Dahlan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh

Akbar Mahendrathama

1900030296

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA, BUDAYA, DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEKAR JAYA *SEAFOOD*
PACITAN DALAM MENINGKTKAN DAYA SAING**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas
Ahmad Dahlan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Oleh:

AKBAR MAHENDRATHAMA

1900030296

Telah Disetujui Oleh:

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat untuk Diajukan.**

Yogyakarta,

Pembimbing



Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.
NIPM.197901022012021111078525

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEKAR JAYA SEAFOOD
PACITAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas
Ahmad Dahlan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

AKBAR MAHENDRATHAMA

1900030296

Skripsi ini Telah Dipertahankan di Depan Panitia Ujian Skripsi dan Telah
Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan
Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Susunan panitia ujian skripsi:

- 1. Ketua : Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.**
- 2. Penguji 1 : Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.**
- 3. Penguji 2 : Eka Anisa Sari, S.I.KOM., M.I.Kom**



Yogyakarta, 23 Maret 2024
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan
Komunikasi
Dekan,



Wajiran, S.S., M.A., Ph.D.

NIPM. 19791218 200309 111 0900733

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Akbar Mahendrathama
NIM : 1900030296
Email : mahendrathamaakbar@gmail.com
Prodi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEKAR JAYA
SEAFOOD PACITAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang telah diajukan di perguruan tinggi lainnya kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Mengetahui,
Kepala Program Studi



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom.,M.A.
NIPM. 199306052018100111311335

Yogyakarta, 23 Maret 2024
Yang Menyatakan,



Akbar Mahendrathama
NIM. 1900030296

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Akbar Mahendrathama

NIM : 1900030296

Email : mahendrathamaakbar@gmail.com

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEKAR JAYA SEAFOOD PACITAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serakan ini adalah asli dan belum pernah mendapatkan gelar keseranaan baik di Universitas Ahhmad Dahlan maupun di Instansi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian dan implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbuktiada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Maret 2024

Yang Menyatakan,



Akbar Mahendrathama

NIM. 1900030296

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Akbar Mahendrathama

NIM : 1900030296

Email : mahendrathamaakbar@gmail.com

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MEKAR JAYA
SEAFOOD PACITAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING**

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut:

Saya (mengizinkan/tidak mengizinkan) karya tersebut diunggah ke dalam Repository Perpustakaan Unviersitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

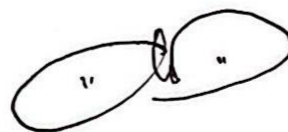
Yogyakarta, 02 Desember 2023

**Mengetahui,
Dosen Pembimbing**



Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.
NIPM.197901022012021111078525

Yang menyetujui,



Akbar Mahendrathama
NIM. 1900030296

MOTTO

“Lakukanlah apa yang benar, Bukan yang mudah”

Akbar Mahendrathama, 08 Maret 2024

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur bagi Allah SWT dengan cinta dan kasih sayang-Nya yang memberikan kepada penulis, serta yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Pudji Asnan dan Ibu Fajar Kurniawati, serta segenap keluarga. Terima kasih telah memberikan kasih sayang yang begitu besar, segala dukungan, cinta dan kasih yang tak terhingga. Terima kasih atas segala doa-doa yang terus mengalir.
2. Bapak Dr. Ardiyanto Wardhana,S.Sos.,M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya sampai terselesaikannya penelitian saya saat ini.
3. Teman-teman Cemara Gimbal khususnya Tiffani Aprilia Irianti dan Sonshaakha Tampan Andalan yang terus memberikan semangat dan dorongan untuk kelancaran skripsi saya.
4. Mekar Jaya *Seafood* yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian sehingga terlaksananya penelitian skripsi saya.
5. Dmitriev Abraham dan Rayyanza Malik Ahmad sebagai adik jarak jauh yang selalu menjadi *mood booster* dan semangat bagi saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Ilahi Rabbi sebagai ungkapan rasa bahagia, yang telah memberikan kasih sayang dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan karya tulis ilmiah ini dengan baik.

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Mekar Jaya *Seafood* Pacitan dalam Meningkatkan Daya Saing” dapat penulis selesaikan. Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir dalam menyelesaikan kuliah Program Studi Ilmu Komunikasi. Sumbang saran bagi pihak akan sangat penulis harapkan demi kesempurnaan karya tulis ilmiah ini.

Sebagaimana karya pada umumnya, banyak pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT atas seluruh nikmat, rezeki, pertolongan dan ridha-Nya, sehingga karya penelitian skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. H. Muchlas, M.T Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman di kampus ini.
3. Wajiran, S.S., M.A. Ph.D. Dekan Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, yang telah memberikan kemudahan dan berbagai kesempatan sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian hingga menjadi sebuah skripsi.
4. Fitrinanda An Nur S.I.Kom., M.A. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dorongan semangat, motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si. Dosen Pembimbing yang telah memberikan segenap semangatnya untuk membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang turut memberikan ilmu dan pengalamannya, sehingga penulis dapat mengimplementasikannya dalam skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Karyawan Staf Tata Usaha Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi yang tak hentinya memberikan kemudahan dan bantuan kepada penulis demi kelancaran studi hingga menyelesaikan skripsi.

Akhirnya, penulis memanjatkan do'a, semoga Allah SWT memberikan balasan pahala kepada mereka dengan sebaik-baik balasan, dan mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat sebagai sumbangan ilmiah bagi kelangsungan tradisi keilmuan. *Aamiin.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
INTISARI.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kajian Pustaka.....	5
1. Penelitian Sebelumnya	5
2. Kerangka Teori.....	8
E. Kerangka Pemikiran.....	23
F. Metode Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian	24
2. Lokasi dan Objek Penelitian.....	24
3. Waktu Penelitian	25
4. Teknik Pengumpulan Data	25
5. Teknik Analisis Data	28
6. Keabsahan Data	30

BAB II.....	32
DESKRIPSI UMUM.....	32
A. Profil Organisasi	32
B. Program Kerja	42
BAB III	44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan.....	67
BAB IV	86
PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Sebelumnya.....	6
---------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Mekar Jaya Seafood	32
Gambar 2. 2 Logo Mekar Jaya Seafood.....	36
Gambar 3. 1 Daftar Menu	46
Gambar 3. 2 Screenshoot Daftar Menu.....	52
Gambar 3. 3 Gambar Mekar Jaya Seafood	53
Gambar 3. 5 Screenshoot Informasi Promo	56
Gambar 3. 6 Screenshoot Informasi Promo	57
Gambar 3. 7 Screenshoot Informasi Promo	58
Gambar 3. 8 Screenhoot Sponsorship	61
Gambar 3. 9 Screenshoot Sponsorship	62
Gambar 3. 10 Screenshoot Akun Instagram	63
Gambar 3. 11 Screenshoot Review Restoran.....	64
Gambar 3. 12 Screenshoot Review Web.....	64

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi Mekar Jaya Seafood.....	36
--	----

INTISARI

Strategi didefinisikan sebagai sebuah tindakan, aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi pemasaran menjadi urgen dalam menyampaikan misi pemasaran dalam suatu produk untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung dan hal tersebut berdampak dalam meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Mekar Jaya *Seafood* di Pacitan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan desain penelitian lapangan (*field research*). Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu metode observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi di Mekar Jaya *Seafood*, wawancara dilakukan kepada pemilik warung makan dan karyawan warung makan, sedangkan dokumentasi diperoleh dari data-data yang diperoleh di lapangan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah Mekar Jaya *Seafood* merupakan sebuah restoran yang menonjolkan menu makanan *seafood*. Mekar Jaya *Seafood* tidak melakukan strategi komunikasi pemasaran berupa 8 bauran komunikasi pemasaran yaitu periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), acara dan pengalaman (*event and experience*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*), pemasaran langsung (*direct marketing*), dan penjualan personal (*personal selling*) karena hanya menggunakan 4 bauran strategi komunikasi pemasaran yaitu promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*public relation and publicity*), pemasaran interaktif (*interactive marketing*), pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan penjualan personal (*personal selling*). Mekar Jaya *Seafood* lebih aktif menggunakan strategi komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial yaitu *Instagram*. Harapan peneliti kepada penelitian selanjutnya adalah agar dapat melakukan dan menghasilkan penelitian terkait strategi komunikasi pemasaran dengan memperhatikan setiap aspek-aspek dan metodologi yang harus terkandung di dalamnya.

Kata kunci: strategi; komunikas; pemasaran; daya saing

ABSTRACT

Strategy is defined as an action, action or activity carried out by a person or company to achieve predetermined goals or objectives. Marketing communication strategies are urgent in conveying the marketing mission of a product to maintain and increase the number of visitors and this has an impact on increasing competitiveness. This research aims to find out the marketing communication strategy of Mekar Jaya Seafood in Pacitan.

This research is a type of qualitative research using a field research design. In collecting data, this research uses data collection techniques, namely observation, interviews, documentation methods, and literature study. Observations at Mekar Jaya Seafood, interviews were conducted with food stall owners and food stall employees, while documentation was obtained from data obtained in the field. The data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation, verification and drawing conclusions. This research uses source triangulation and technique triangulation.

Based on the results and discussion of this research, the conclusion of this research is that Mekar Jaya Seafood is a restaurant that features a seafood menu. Mekar Jaya Seafood does not implement a marketing communication strategy in the form of 8 marketing communication mixes, namely advertising, sales promotion, events and experiences, public relations and publicity, interactive marketing. marketing), word of mouth marketing, direct marketing and personal selling because it only uses 4 marketing communication strategy mixes, namely sales promotion, public relations and publicity. relations and publicity), interactive marketing, word of mouth marketing, and personal selling. Mekar Jaya Seafood is more active in using marketing communication strategies by utilizing social media, namely Instagram. The researcher's hope for further research is to be able to conduct and produce research related to marketing communication strategies by paying attention to every aspect and methodology that must be contained therein.

Keywords: strategy, communication, marketing, competitiveness