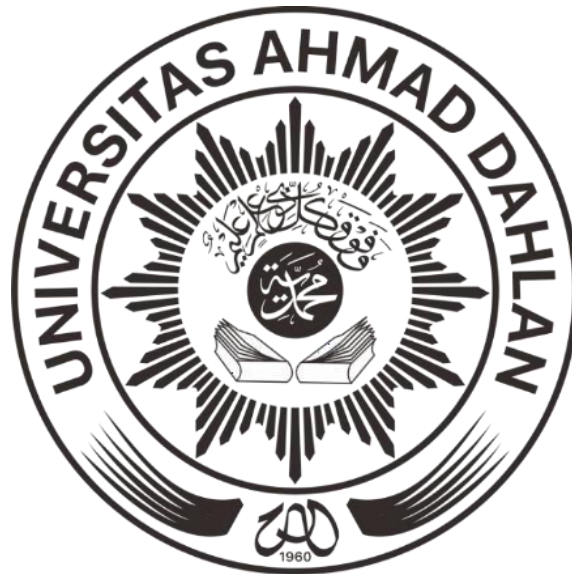


# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLDEN BLACK COFFEE**

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi  
Universitas Ahmad Dahlan



OLEH:  
YOGA DWI JULISTIONO  
1900030292

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS  
SASTRA BUDAYA, DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS  
AHMAD DAHLAN  
2023

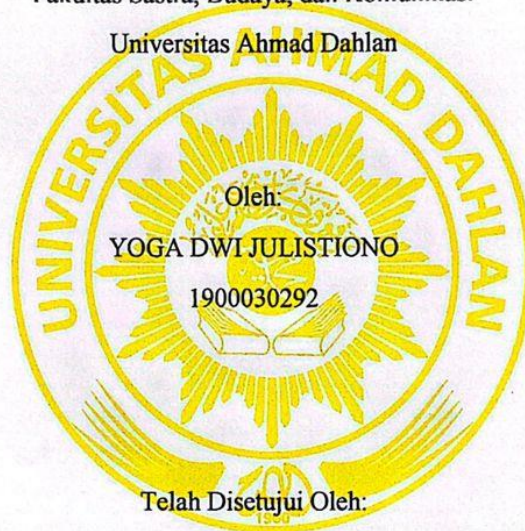
**PERSETUJUAN**

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLDEN BLACK COFFEE  
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN**

SKRIPSI

Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Universitas Ahmad Dahlan



Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diujikan

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Vani Dias Adiprabowo".

Vani Dias Adiprabowo, SSn.,M.Sn

NIPM. 19870215 201709 111 1291236

**PENGESAHAN**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLDEN BLACK COFFEE**

**SKRIPSI**

Oleh

**YOGA DWI JULISTIONO**

**1900030292**

Skripsi ini telah dipertahankan di depan panitia ujian pada tanggal 02 Maret 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sastra Program Studi Ilmu

Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Universitas Ahmad Dahlan

**SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI**

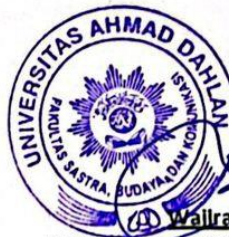
1. Ketua : Vani Dias Adiprabowo, S.Sn.,M.Sn
2. Penguji I : Arif Ardy Wibowo, S.Sn.,M.Sn
3. Penguji II :Gibbran Pratisara, S.Sn., M.Sn

Yogyakarta, 02 Maret 2024

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Sastra, Budaya dan Komunikasi

Dekan



Wailan, S.S.,M.A.Ph.D.

NIPM. 19791218 200309 111 0900733

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yoga Dwi Julistiono

NIM : 1900030292 Email : [yogadwi1707@gmail.com](mailto:yogadwi1707@gmail.com)

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLDEN BLACK COFFEE  
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkangelar sarjana ilmu komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukannya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan 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.Ikom., M.A.  
NIPM. 199306052018100111311335

Yogyakarta, 20 Maret 2024  
Yang Menyatakan



Yoga Dwi Julistiono  
NIM. 1900030292



## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoga Dwi Julistiono

NIM : 1900030292

Email : [yoga1900030292@webmail.uad.ac.id](mailto:yoga1900030292@webmail.uad.ac.id)

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLDEN

BLACK COFFEE

Dengan ini menyatakan,

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapatkan gelar kesajarnaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di instansi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dannarasumber 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 dapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pegrarang dan dicantumkan dalam daftarpustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dari ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karnakarya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 20 Maret 2024



Yoga Dwi Julistiono

NIM. 1900030292

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yoga Dwi Julistiono

NIM : 1900030292

Email : [yoga1900030292@webmail.uad.ac.id](mailto:yoga1900030292@webmail.uad.ac.id)

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GOLDEN BLACK  
COFFEE

Dengan ini saya menyerahkan 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 Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 20 Maret 2024

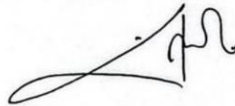


Yoga Dwi Julistiono

NIM. 1900030226

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Vani Dias Adiprabowo, S.Sn., M.Sn.

NIPM . 19870215 201709 111 1291236

## **MOTTO**

*“Cinta adalah tuan yang hebat. Itu mengajari kita untuk menjadi apa yang kita alami.”*

(Penulis, 07 November 2023)

## 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 Dr.Haryono M,S.I dan Ibu Sri Wulan dan Kakak saya Hasriati Anggayuh Utami serta segenap keluarga. Terima kasih telah memberikan kasih sayang yang begitu besar, segala dukungan, cinta dan kasih yang tak terhingga. Semoga dengan ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia
2. Bapak Vani Dias Adiprabowo, SSn.,M.Sn sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing saya sampai terselesaikannya penelitian saya saat ini.
3. Teman-teman Kost Mahardika yang telah meringankan pikiran saya ketika sedang terasa lelah untuk menyusun skripsi ini.
4. Golden Black Coffee yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian sehingga terlaksananya penelitian skripsi saya ini.
5. Diri sendiri yang telah berusaha kuat berjuang hingga titik ini dan semoga selalu semangat kedepannya.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Yang Maha Penyayang serta anugerah-Nya yang tidak pernah putus. Sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Dalam kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan serta semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berterima kasih 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. Vani Dias Adiprabowo, SSn.,M.Sn 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.
8. Kedua orang tua Bapak Dr. Haryono dan Ibu Sri Wulan yang telah berjuang mencurahkan segenap lelahnya demi memberikan pendidikan terbaik kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan hingga jenjang perguruan tinggi.
9. Kepada seluruh keluarga besar maupun kerabat dekat penulis yang tak hentinya memberikan doa serta restu kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Kepada teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi hingga teman-teman sesama mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang turut memberikan semangat dan bantuannya selama ini.
11. Kepada Golden Black Coffee atas kesediaannya dalam menunjang kelancaran penelitian penulis dalam sebuah karya skripsi.

12. Terakhir, penulis berterima kasih kepada diri sendiri yang telah berusaha kuat berjuang hingga titik ini dan semoga selalu semangat kedepannya.

Seperti karya penelitian lainnya yang tidak luput dari ketidaksempurnaan, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk terus memperbaiki dari skripsi ini. Melalui karya penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menerapkannya dalam bidang akademik maupun non-akademik.

Yogyakarta, 20 Maret 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Yoga Dwi Julistiono', with a pink rectangular stamp or mark on the left side of the signature.

Yoga Dwi Julistiono

NIM. 1900030292

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1. Secara teoritis .....</b>	<b>6</b>
<b>2. Secara praktis.....</b>	<b>7</b>
<b>E. Kajian Pustaka.....</b>	<b>7</b>
<b>1. Penelitian Sebelumnya.....</b>	<b>7</b>
<b>F. Kajian Teori .....</b>	<b>14</b>
<b>1.Strategi Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>14</b>
<b>2. Tujuan Strategi Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>15</b>
<b>3. Bauran Pemasaran .....</b>	<b>17</b>
<b>4. Bauran Promosi (Promotion Mix) .....</b>	<b>21</b>
<b>G. Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>24</b>

<b>H. Metode Penelitian .....</b>	<b>24</b>
<b>1. Waktu dan Lokasi Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>2. Informan Penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>3. Jenis dan Sumber Data Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>4. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>27</b>
<b>5. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>29</b>
<b>7. Teknik Validasi Data .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB II DESKRIPSI UMUM .....</b>	<b>33</b>
<b>A. Profil Organisasi .....</b>	<b>33</b>
<b>1. Sejarah Golden Black Coffee .....</b>	<b>33</b>
<b>2. Varian Rasa Golden Black Coffee.....</b>	<b>33</b>
<b>3. Lokasi Golden Black Coffee.....</b>	<b>35</b>
<b>4. Logo Golden Black Coffee.....</b>	<b>37</b>
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
<b>A. Hasil Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>1. Product (Produk) .....</b>	<b>39</b>
<b>2. Price (Harga) .....</b>	<b>46</b>
<b>3. Place (Tempat).....</b>	<b>49</b>
<b>4. Mix Promotion (Bauran Promosi).....</b>	<b>56</b>
<b>B. Pembahasan.....</b>	<b>64</b>
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>82</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>82</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>83</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>PEDOMAN WAWANCARA.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Golden Black Coffee.....	36
Gambar 2. 2 Logo Golden Black Coffee .....	37
Gambar 3.1 Variasi level rasa Golden Black Coffee .....	41
Gambar 3.2 Tata cara pengiriman luar kota.....	44
Gambar 3. 3 Website Golden Black Coffee.....	45
Gambar 3. 4 Golden Black Coffee di GoFood pada aplikasi Gojek.....	47
Gambar 3.5 Promo kopi dari Golden Black Coffee.....	48
Gambar 3.6 Interior Golden Black Coffee.....	51
Gambar 3. 7 Lokasi dan Tempat Golden Black Coffee .....	52
Gambar 3.8 Kondisi antrian Golden Black Coffee .....	54
Gambar 3.9 Tasya Farasya sebagai pemilik Golden Black Coffee.....	56
Gambar 3.10 Promosi Golden Black Coffee melalui Youtube.....	57
Gambar 3.11 Promosi Golden Black Coffee melalui endorsement artis .....	58
Gambar 3.12 Jastip Online dari Golden Black Coffee.....	60
Gambar 3.13 Penjualan partai besar dari Golden Black Coffee .....	61



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.....	24
-----------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Sebelumnya.....	11
--------------------------------------	----

## INTISARI

Strategi komunikasi merupakan faktor penting untuk berhasil dan tetap kompetitif di pasar. Strategi komunikasi pemasaran yang efektif melibatkan pemilihan target pasar yang tepat, melakukan promosi melalui berbagai saluran seperti media sosial, dan beradaptasi dengan tren dan perubahan industri. Komunikasi pemasaran dianggap sebagai suatu bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mendasari strategi pemasaran dan penerapan komunikasi dalam mendukung kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman dan persepsi target konsumen secara mendalam dan detail. Subjek penelitiannya adalah orang-orang yang merupakan informan dimana dalam teknik pemilihan informannya adalah informan penelitian adalah Marketing Officer pada *Golden Black Coffee* dan konsumen *Golden Black Coffee*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Golden Black Coffee Dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran, penting bagi seorang pemasar untuk memiliki pemahaman yang kokoh mengenai elemen-elemen dasar dalam proses komunikasi secara umum. Golden Black Coffee memanfaatkan platform media sosial Instagram sebagai sarana untuk menyampaikan pesan. Penerima pesan, baik konsumen maupun calon konsumen, kemudian melakukan interpretasi atau dekode terhadap pesan yang disampaikan.

**Kata Kunci: Strategi komunikasi, *Golden Black Coffee*, Promosi Media Sosial**

## **ABSTRACT**

Communication strategy is a crucial factor for success and maintaining competitiveness in the market. An effective marketing communication strategy involves selecting the right target market, promoting through various channels such as social media, and adapting to industry trends and changes. Marketing communication is considered a form of communication aimed at underpinning marketing strategies and implementing communication to support a company's marketing activities. This research utilizes a qualitative approach with a case study method. The qualitative approach allows researchers to understand the experiences and perceptions of target consumers in depth and detail. The research subjects are individuals who serve as informants, with the informant selection technique involving Marketing Officers at Golden Black Coffee and consumers of Golden Black Coffee. The research results indicate that in formulating marketing communication designs. The social media platform Instagram is used by Golden Black Coffee as a means to convey messages. Consumers and potential consumers receiving the message then interpret the meaning of the conveyed message (decoding).

**Keywords: Communication strategy, Golden Black Coffee, Social Media Promotion**