

**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
RESTO MATJEO KOREAN GRILL PONOROGO**



**Oleh:**

**OKY RIYAN NOFALDI**

**NIM.16240436**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**



**PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
RESTO MATJEO KOREAN GRILL PONOROGO**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat Syarat

Untuk Mencapai Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan Politik di Jurusan

Ilmu Komunikasi

**OKY RIYAN NOFALDI  
NIM.16240436**

**ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi oleh **OKY RIYAN NOFALDI/ NIM.16240436**, ini  
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

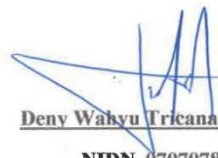
Ponorogo, 13 Juli 2022

Dosen Pembimbing I



Oki Cahyo Nugroho, SSn, M.I.Kom  
**NIDN. 0728018304**

Dosen Pembimbing II



Denny Wahyu Tricana, M.I.Kom  
**NIDN. 0707078204**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi oleh **OKY RIYAN NOFALDI/ NIM.16240436**, ini

Telah dipertahankan di depan penguji

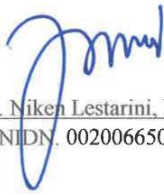
Pada hari : Rabu

Tanggal : 13 Juli 2022

Pukul : 11.00 – 12.00

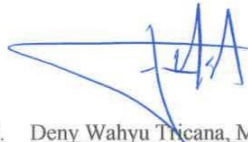
**DEWAN PENGUJI**

Penguji I



Dra. Niken Lestari, M.Si.  
NIDN. 0020066503

Penguji II



Deny Wahyu Triana, M.I.Kom  
NIDN. 0707078204

Penguji III



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom  
NIDN. 0728018304

Mengetahui  
Dekan



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D  
NIK. 198603252011309 12

## **MOTTO**

“Sebuah permata tidak akan dapat dipoles tanpa gesekan, demikian juga kita sebagai manusia tidak akan menjadi sukses tanpa melewati tantangan”

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU RESTO MATJEO KOREAN GRILL PONOROGO”**.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (Ilmu Komunikasi) pada fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, M.Si.,Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, M.A selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Oki Cahyo Nugroho, SSn, M.I.Kom selaku dosen pembimbing saya yang selalu memberikan arahan maupun bantuan yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Orangtuaku yang selalu memberikan support dan semangat.
5. Teman sahabat teman kampus yang selalu meberikan support, semangat dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan tenaga kerja di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Prodi Ilmu Komunikasi, yang selalu memberikan bimbingan serta ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat bagi saya.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini semoga diberikan balasan kebaikan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat kedepannya bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 13 Juli 2022

Oky Riyan Nofaldi



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : OKY RIYAN NOFALDI

Alamat : Jl. Surodiningrat, Setono, Jenangan, Ponorogo

NIM : NIM.16240436

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul “PENERAPAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU RESTO MATJEO KOREAN GRILL PONOROGO” data observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya tulis ilmiah ini telah saya sebut sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas

Ponorogo, 23/12/1996



(OKY RIYAN NOFALDI)  
NIM:16240436

## DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
A. Kajian Teori .....	6
1. Komunikasi .....	6
2. Strategi Komunikasi.....	7
3. Komunikasi Pemasaran.....	9
4. Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	11
5. Kerangka Pikir .....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Jenis Penelitian.....	16

B. Subyek Penelitian.....	16
C. Lokasi Penelitian .....	17
D. Metode Pengumpulan Data.....	17
E. Teknik Analisis Data.....	20
F. Keabsahan Data.....	22
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
A. Profil Resto Matjao Korean Orill.....	23
B. Hasil dan Pembahasan.....	23
C. Analisa dan Pembahasan.....	40
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>47</b>
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran.....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>

## ABSTRAK

### APPLICATION OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS RESTO MATJEO KOREAN GRILL PONOROGO

OKY RIYAN NOFALDI/16240436

Resto Matjeo Korean Grill Ponorogo merupakan sebuah resto dengan konsep Korean food dengan sajian menu modern internasional. Tema dari resto ini yaitu mengusung menu asli Korea sebagai ciri khasnya. Resto Matjeo Korean Grill sudah berdiri sejak tahun 2019 dan bukan merupakan restoran baru lagi. Resto ini terus berupaya meningkatkan ekuitas mereknya dengan membuka cabang-cabang baru di kota lain. Bukan hal mudah bagi suatu perusahaan apalagi sebuah usaha kuliner yang sudah lama berdiri untuk tetap eksis di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Seperti kita tahu, banyak pengusaha restoran yang sukses membangun bisnisnya di suatu tempat kemudian gagal ketika ia ingin melakukan ekspansi di tempat lainnya. Komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*) merupakan salah satu cara yang memiliki peran penting demi terciptanya sebuah komunikasi yang sinergis yang digunakan oleh perusahaan serta memiliki hubungan langsung dengan ekuitas merek (*brand equity*) baik untuk menciptakan, mempertahankan maupun meningkatkannya. Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dimana proses penelitian dimulai dari pengamatan gejala, dan fungsi teori adalah untuk mengabstraksi dan menggeneralisasikan sebuah proses. Penelitian ini memiliki sifat eksploratif, yaitu pengetahuan tentang masalah masih kurang atau tidak ada sama sekali, dan teorinya belum ada. Hasil pembahasan dan analisis peneliti mengenai pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Matjeo Korean Grill dalam upaya meningkatkan ekuitas merek, diketahui bahwa Matjeo Korean Grill menerapkan strategi komunikasi pemasaran terpadu (*Integrated Marketing Communication*). Dimana Matjeo Korean Grill menerapkan semua elemen-elemen dari bauran promosi yaitu dari kegiatan Periklanan, Pemasaran Langsung, Promosi Penjualan, Penjualan Personal, Event & Pengalaman, Humas & Publikasi menjadi satu kesatuan. Kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang telah dilakukan oleh Matjeo Korean Grill sebagaimana disebutkan di atas diharapkan mampu meningkatkan ekuitas merek Matjeo Korean Grill. Merek merupakan asset tak terwujud yang dimiliki oleh perusahaan. Setiap elemen komunikasi pemasaran terpadu dari Matjeo Korean Grill mempunyai dampak yang berbeda. Kegiatan periklanan, promosi penjualan, penjualan personal mempunyai fungsi untuk *to inform* kepada calon konsumen dan mampu menciptakan kesadaran merek (*brand awareness*), persepsi kualitas (*Perceived quality*) maupun pembentukan *positioning* kepada masyarakat luas. Elemen Pemasaran langsung mampu menciptakan *Brand association* (asosiasi merek). Elemen Humas, acara dan pengalaman mempunyai fungsi menciptakan *Brand loyalty* atau loyalitas konsumen Matjeo Korean Grill, untuk menjalin hubungan baik dengan calon konsumen maupun masyarakat luas.

**Kata kunci:** Penerapan Pemasaran Terpadu, Resto Matjeo, Komunikasi, Promosi, *Public Relation*

## ABSTRACT

### **Analysis of Tourism Marketing Strategies during the COVID-19 Pandemic in the Development of Bukit Soeharto Monument Tourism in Ponorogo**

Matjeo Korean Grill Restaurant Ponorogo is a restaurant with a modern, worldwide menu that combines the idea of Korean cuisine. The original Korean menu will serve as this restaurant's trademark. Since it opened in 2019, Resto Matjeo Korean Grill is no longer a new establishment. By adding new locations in different cities, this restaurant keeps boosting its brand equity. It is difficult for a business to survive in the face of fiercer competition, especially one that has been in the food industry for a while. As we all know, a lot of restaurant owners that are successful grow their companies in one location before failing when they try to expand there. One method is through integrated marketing communication (Integrated Marketing Communication). It plays a significant part in the company's usage of synergistic communication and directly affects brand equity's creation, maintenance, and improvement. This study employed descriptive qualitative research techniques, where the research procedure begins with the observation of symptoms and where theory serves to abstract and generalize a process. This study is exploratory in nature because the theory is not yet developed and there is little to no knowledge of the issue. As a consequence of the researchers' discussion and analysis of Matjeo Korean Grill's use of a marketing communication strategy to build brand equity, it is known that Matjeo Korean Grill. a multichannel marketing communication plan (Integrated Marketing Communication). Every component of the promotional mix is used by Matjeo Korean Grill, including advertising, direct marketing, sales promotion, personal selling, events and experiences, public relations, and publications. The aforementioned integrated marketing communication initiatives that Matjeo Korean Grill has undertaken are anticipated to boost the company's brand equity. A company's intangible asset is its brand. The unified marketing communications used by Matjeo Korean Grill have various effects on various target audiences. The purpose of advertising, sales promotion, and personal selling is to enlighten potential customers. These efforts can also build brand awareness, perceived quality, and placement within the larger community. The use of direct marketing techniques can produce brand associations. Events and experiences that are part of public relations serve to build brand or customer loyalty for Matjeo Korean Grill, as well as to forge strong ties with the community at large.

**Keywords:** *Matjeo Restaurant, Integrated Marketing Strategy, Promotion, Public Relations.*

