

**STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* DAWET  
JABUNG OLEH KOMUNITAS PENJUAL DAWET JABUNG DI  
DESA JABUNG KECAMATAN MLARAK KABUPATEN  
PONOROGO**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**SELY NOVITASARI**

**20240809**

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

**2024**

**HALAMAN LOGO**



**STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* DAWET JABUNG  
OLEH KOMUNITAS PENJUAL DAWET JABUNG DI DESA JABUNG  
KECAMATAN MLARAK KABUPATEN PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan  
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai  
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Oleh:

**SELY NOVITASARI**

NIM: 20240809

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

**2024**


## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Sely Novitasari / 20240809 ini,  
Telah diperiksa disetujui untuk diuji,

Ponorogo, 10 Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dra. Niken Lestari, M, Si  
NIDN.0020066503



Ayub Dwi Anggoro, Ph. D  
NIDN.0725038605

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Sely Novitasari ini,  
Telah dipertahankan didepan penguji

Pada : Senin  
Tanggal : 29 Juli 2024  
Pukul : 09.00-10.00

### DEWAN PENGUJI

Penguji I



Krisna Megantari, S.Sos., M.A  
NIDN. 0724048604

Penguji II



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D  
NIDN. 0725038605

Penguji III



Dra. Nilken Lestarini, M.S.i  
NIDN. 0020066503

Mengetahui,  
Dekan,



Ponario Dwi Anggoro, Ph.D  
NIK. 1986032520130912

## MOTTO

“Jangan takut jatuh dan terantuk, dengan terbentur kau akan terbentuk.”



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan, kelancaran dan kemudahan kepada saya, akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk;

1. Terima kasih untuk kedua orang tua saya atas segala kasih sayang yang diberikan dalam mendidik penulis, memotivasi, serta selalu memberikan dukungan, semangat untuk tetap menuntut ilmu serta do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Saudara-saudara saya dan keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat motivasi, dan mendukung saya, mudah-mudahan semuanya selalu dalam ridho dan rahmat Allah SWT.
3. Terima kasih untuk sahabat penulis dan teman-teman yang namanya tidak saya sebutkan satu persatu yang telah menemani, memotivasi dan memberi masukan kepada penulis. Serta berbagai dukungan dan semangat yang diberikan dalam setiap aktivitas dan pengerjaan skripsi. Alhamdulillah, akhirnya penulis bisa menyelesaikan jenjang pendidikan S1.
4. Terima kasih teruntuk teman - teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberi pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah. *Keep up the spirit, guys.*
5. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Sely Novitasari. Terima kasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih sudah memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan

pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Tetap semangat terus berusaha dan berdoa.





## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Sely Novitasari

Alamat : Desa Kupuk, Kec. Bungkal, Kab. Ponorogo

No. Identitas (NIM) : 20240809

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

**Strategi Komunikasi *Public Relations* Dawet Jabung oleh Komunitas Penjual Dawet Jabung di Desa Jabung Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo** adalah 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 ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

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

Ponorogo, 20 Juli 2024

Yang menyatakan



(Sely Novitasari)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Branding Dawet Jabung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo.”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman 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 terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Dra. Niken Lestarini, M. Si selaku Dosen Pembimbing.
4. Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
5. Para informan yang sudah mau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti untuk kepentingan peneliti ini.

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

Ponorogo, 27 Juni 2024

Penulis

Sely Novitasari

## ABSTRAK

### **Strategi Komunikasi *Public Relations* Dawet Jabung oleh Komunitas Penjual Dawet Jabung di Desa Jabung Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo**

Sely Novitasari

20240809

Skripsi ini berjudul strategi komunikasi *branding* Dawet Jabung oleh Komunitas Penjual Dawet Jabung di Desa Jabung Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo. Tergesernya kuliner khas terutama Dawet Jabung ini dapat membawa dampak negatif, seperti hilangnya budaya dan tradisi, karena kuliner khas merupakan bagian dari budaya dan tradisi daerah tersebut, dalam konteks ini yaitu Ponorogo. Untuk mempertahankan kuliner khas Dawet Jabung ini perlu adanya pelestarian, seperti melakukan promosi dan edukasi kepada masyarakat tentang nilai dan manfaat Dawet Jabung. Dengan adanya komunitas penjual Dawet Jabung di Desa Jabung ini memiliki peran yang sangat penting dalam hal meembangkan dan menjaga produk Dawet Jabung ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi *branding* Dawet Jabung oleh Komunitas Penjual Dawet Jabung di Desa Jabung Kecamatan Mlarak Kabupaten Ponorogo. Teori yang digunakan adalah teori bauran *marketing mix* 11P yaitu *product, price, promotion, place, people, public relations, physical evidence, power, pressure, performance, process*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa strategi komunikasi *branding* Dawet Jabung oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Ponorogo sudah melaksanakan teori bauran *marketing mix* 11P tersebut diantaranya *product, place, people, power, pressure, performance, dan process*. Adapun poin teori yang masih belum sempurna yaitu *price, promotion, public relations* dan *physical evidence*.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi *Public Relations*, Dawet Jabung, Kabupaten Ponorogo**

## **ABSTRACT**

### ***Dawet Jabung Public Relations Communication Strategy by the Dawet Jabung Seller Community in Jabung Village, Mlarak District, Ponorogo Regency***

**Sely Novitasari**

**20240809**

*This thesis is entitled Dawet Jabung branding communication strategy by the Dawet Jabung Seller Community in Jabung Village, Mlarak District, Ponorogo Regency. The displacement of typical culinary, especially Dawet Jabung, can have a negative impact, such as the loss of culture and tradition, because typical culinary is part of the culture and traditions of the region, in this context, namely Ponorogo. To maintain the typical culinary of Dawet Jabung, it is necessary to preserve it, such as promoting and educating the public about the value and benefits of Dawet Jabung. With the existence of the Dawet Jabung seller community in Jabung Village, it has a very important role in terms of developing and maintaining this Dawet Jabung product. The purpose of this study was to determine the communication strategy of Dawet Jabung branding by the Dawet Jabung Selling Community in Jabung Village, Mlarak District, Ponorogo Regency. The theory used is the 11P marketing mix theory, namely product, price, promotion, place, people, public relations, physical evidence, power, pressure, performance, process. The research method used is descriptive qualitative. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results of the study state that the Dawet Jabung branding communication strategy by the Ponorogo Regency Tourism Office has implemented the 11P marketing mix theory including product, place, people, power, pressure, performance, and process. The points of theory that are still not perfect are price, promotion, public relations and physical evidence.*

***Keywords: Public Relations Communication Strategy, Dawet Jabung, Ponorogo Regency***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Kajian Teori.....	8
1. Komunikasi Merek ( <i>Brand Communication</i> ).....	8
2. <i>Public Relations</i> .....	9
3. Wisata Kuliner.....	10
4. Teori Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) 11P.....	11
a. <i>Product</i> (Produk).....	11
b. <i>Price</i> (Harga).....	12
c. <i>Promotion</i> (Promosi).....	13
d. <i>Place</i> (Lokasi).....	13
e. <i>People</i> (Orang).....	13
f. <i>Public Relations</i> .....	14
g. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	14
h. <i>Power</i> .....	14
i. <i>Pressure</i> .....	14
j. <i>Performance</i> .....	15
k. <i>Process</i> (Proses).....	15
B. Kerangka Berfikir.....	16

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	17
B. Jenis Penelitian .....	17
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	18
D. Data dan Sumber Data.....	19
1. Data Primer .....	19
2. Data Sekunder .....	19
E. Penentuan Informan Penelitian .....	20
F. Teknik Analisis Data .....	21
1. Pengumpulan Data .....	22
2. Reduksi Data .....	22
3. Penyajian Data.....	23
4. Penarikan Kesimpulan.....	23
G. Pengumpulan Data .....	23
1. Observasi.....	24
2. Wawancara .....	24
3. Dokumentasi dan Studi Literatur .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>26</b>
A. Gambaran Umum .....	26
B. <i>Strategi Branding Marketing Mix 11P</i> .....	28
1. <i>Product</i> .....	28
2. <i>Price</i> .....	32
3. <i>Promotion</i> .....	34
4. <i>Place</i> .....	37
5. <i>People</i> .....	39
6. <i>Public Relations</i> .....	41
7. <i>Physical Evidence</i> .....	43
8. <i>Power</i> .....	49
9. <i>Pressure</i> .....	50
10. <i>Performance</i> .....	51
11. <i>Process</i> .....	52
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>55</b>
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Dawet Jabung .....	28
Gambar 2 Gorengan Menu Pendamping Dawet Jabung .....	30
Gambar 3 Salah satu lokasi jualan Dawet Jabung .....	37
Gambar 4 Penjual Dawet Jabung saat melayani pembeli .....	39
Gambar 5 Bangunan Warung Dawet Jabung .....	43
Gambar 6 Mangkok Dawet Jabung .....	44
Gambar 7 Ciduk berbentuk Wayang .....	45
Gambar 8 Keranjang Dawet Jabung .....	46
Gambar 9 Tempat Parkir .....	47
Gambar 10 Wawancara dengan pihak Ketua Komunitas Dawet Jabung .....	62
Gambar 11 Wawancara dengan penjual Dawet Jabung .....	62
Gambar 12 Wawancara dengan penjual Dawet Jabung .....	63
Gambar 13 Wawancara dengan pembeli Dawet Jabung .....	63
Gambar 14 Wawancara dengan pembeli Dawet Jabung .....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	62
Lampiran 2 .....	62
Lampiran 3 .....	63
Lampiran 4 .....	63
Lampiran 5 .....	64

