

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ENGLISH CAFE
DALAM MENARIK ANGGOTA KURSUS BARU DI KOTA
YOGYAKARTA TAHUN 2012 - 2018**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan gelar strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

Naura Saraswati Herningtyas

20140530043

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 7 Desember 2018
Tempat : Ruang Negosiasi

SUSUNAN TIM PENGUJI



Ketua
Dr. Yeni Rosilawati, S.IP., SE, MM

PENGUJI I
Hariyadi Arief Nur Rasyid, S.IP., M.Sc.

PENGUJI II
Krisna Mulawarman, S.Sos, M.Sn

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi Tanggal 7 Desember 2018

Mengesahkan

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Naura Saraswati Herningtyas

Nomor Mahasiswa : 20140530043

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/ Public Relations

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (ISIPOL)

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran English Café dalam
Menarik Anggota Kursus Baru di Kota Yogyakarta 2012
- 2018

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri serta seluruh sumber yang dikutip ataupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari skripsi saya terbukti hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi yang ditentukan.

Yogyakarta, 10 Desember 2018

Naura Saraswati Herningtyas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan KaruniaNya hingga sampai saat ini penulis dapat menyelesaikan

Penulisan skripsi ini diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta serta sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada orangtua penulis. Adapun judul pada penelitian skripsi ini adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran English Café dalam Menarik Anggota Kursus Baru di Kota Yogyakarta 2012 - 2018”. Selama proses penelitian ini berlangsung tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak yang turut membantu proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua beserta adik saya serta segenap keluarga lainnya yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis,
2. Bapak Hariyadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
3. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi,
4. Mas Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn dan bapak Hariyadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku dosen penguji pada penelitian skripsi ini,
5. Mba Rias Solikha selaku General Manager English Cafe Pusat Yogyakarta
6. Mas Adnin selaku Manajer Cabang English Cafe di Kota Yogyakarta,

7. Staff English Cafe yang turut serta membantu selama penelitian berlangsung,
8. Seluruh pihak yang turut serta membantu dalam penulisan skripsi ini

Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan serta keterbatasan dalam penelitian ini. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat serta membantu berbagai pihak khususnya kepada pihak yang turut serta pada penelitian ini baik kebutuhan akademis maupun non akademis.

Yogyakarta, 9 desember 2018

Naura Saraswati Herningtyas

MOTTO

Sebaik-baiknya Manusia adalah Manusia yang bermanfaat bagi orang lain

(Hadits Riwayat ath-Thabrani, Al-Mu'jam al-Ausath, juz VII, hal. 58, dari Jabir bin Abdullah r.a.. Dishahihkan Muhammad Nashiruddin al-Albani dalam kitab: As-Silsilah Ash-Shahîhah)

그냥 아무나 되라고
We deserve a life
뭐가 크건 작건 그냥 너는 너잖어
(방탄소년단 - 낙원)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan kali ini penulis tentunya menyadari terselesaikannya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, bapak Hariyadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc
2. Ibu Dr. Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, M.M selaku dosen pembimbing skripsi terimakasih yang telah sabar meluangkan waktu guna memberikan arahan skripsi ini agar terselesaikan dengan baik
3. Pak Hariyadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc dan mas Krisna Mulawarman, S.Sos., M.Sn selaku dosen penguji pada penelitian ini terimakasih atas segala masukan sehingga penelitian ini dapat terbentuk semakin baik
4. Mba Rias Solikha selaku *General Manager* English Café Yogyakarta sebagai narasumber penelitian ini, terimakasih telah memberikan kesempatan serta meluangkan waktu guna pengumpulan data penelitian ini
5. Mas Adnin beserta jajaran staff English Café lainnya telah memberikan kesempatan serta meluangkan waktu guna penelitian ini
6. Kepada kedua orang tua beserta adik saya Bimo terimakasih atas doa dan dukungan tiada hentinya yang telah diberikan kepada penulis selama ini
7. Sepupu-sepupu mba nurul, mas resa, esah, samidjan serta keluarga lainnya yang telah memberi semangat kepada penulis
8. **FOTKA 053 & KOMAKOM** terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berproses selama masa perkuliahan

9. Farah Trie Nurhuda, Denis Hida, Ruby Maulidina, Ulva Ulravidah, terimakasih telah membantu penulis dalam melewati salah satu tahapan yang sulit
10. Ranum Tiara dan Yusravita terimakasih telah membantu penulis dalam asupan dunia perkoreaan semoga diberi kesempatan untuk bertemu secara langsung dengan idolanya
11. Wacana Squad, Rizkia Dewi, Junanda, Ridho, Toyep dan teman KKN lainnya yang telah memberikan berupa wacana yang belum terlaksanakan
12. Awang Debby Kurnia, Denggan Fachrurozie, Millatina Sadida, Susiana Indrianti yang telah menjadi teman awal perkuliahan hingga sampai pada penulisan skripsi ini
13. Penghuni kost Griya Ungu 2 Farah, Nana dan Putri yang telah membantu penulis selama masa awal perkuliahan
14. Kim Nam Joon, Kim Seok Jin, Min Yoon Gi, Jung Ho Seok, Park Ji Min, Kim Tae Hyung, Jeon Jung Kook, Son Hyun Woo, Shin Ho Seok, Lee Min Hyuk, Yoo Ki Hyun, Chae Hyung Won, Lee Joo Heon, Lim Chang Kyun telah menemani serta memberi dukungan kepada penulis selama berproses semoga diberi kesempatan untuk bertemu secara langsung.

Dengan penuh kesadaran penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan, seluruh masukan dan pendapat sangat penulis harapkan guna penelitian yang lebih baik. Akhir kata semoga Allah SWT senantiasa

memberikan perlindungan dan diberkahi di setiap jalan kepada seluruh pihak yang telah turut membantu pada penelitian ini baik yang tertulis maupun tidak.

Yogyakarta, Desember 2018

Penulis

Naura Saraswati Herningtyas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Teori	10
E.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	10
E.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	19
F. METODOLOGI PENELITIAN	32
F.1 Jenis Penelitian	32
F.2 Jenis Sumber Data	33
F.3 Obyek Penelitian	33
F.4 Teknik Pengumpulan Data	34

F.5 Teknik Pengambilan Informan	35
F.6 Teknik Analisa	37
F.7 Uji Validitas Data	38
G. SISTEMATIKA PENULISAN.....	40
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	42
A. Gambaran Umum English Café	42
B. Visi dan Misi English Café	44
C. Struktur Organisasi English Café.....	44
D. Logo dan tagline English Café.....	48
E. Program English Café	49
F. Pilihan Kelas dan Biaya Kursus English Café	50
G. Fasilitas English Café	52
BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	55
A. SAJIAN DATA	55
1. Strategi Komunikasi Pemasaran English Café.....	55
a) Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	55
1. Menentukan Target Sasaran	57
2. Menentukan Tujuan Komunikasi.....	58
3. Merancang Pesan	59
4. Menyiapkan Anggaran Promosi	60
5. Menentukan Bauran Promosi.....	61
6. Mengukur Hasil.....	62
b) Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	63
A. Bauran Promosi Offline	65
1. Periklanan	65
2. Pemasaran Langsung.....	69
3. Promosi Penjualan.....	71
4. Hubungan Masyarakat	72
5. Komunikasi mulut-ke-mulut	78
B. Bauran Promosi Online	79

1. Periklanan Internet	79
2. Pemasaran Interaktif.....	83
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat	93
B. PEMBAHASAN	95
1. Strategi Komunikasi Pemasaran.....	96
a) Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	98
a. Menentukan Target Sasaran	98
b. Menentukan Tujuan Komunikasi	100
c. Merancang Pesan.....	101
d. Menyiapkan Anggaran Promosi	102
e. Menentukan Bauran Promosi	103
f. Mengukur Hasil	104
b) Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	107
A. Bauran Promosi Offline.....	108
1) Periklanan.....	108
2) Pemasaran Langsung.....	112
3) Promosi Penjualan.....	113
4) Hubungan Masyarakat	114
5) Komunikasi mulut-ke-mulut	118
B. Bauran Promosi Online	119
1) Periklanan Internet	119
2) Pemasaran Interaktif.....	121
2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat.....	129
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	133
A. Kesimpulan.....	131
B. Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Pertumbuhan Anggota Kursus English Café.....	7
------------	--	---

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1	Elemen Bauran Promosi	19
Bagan 2.1	Struktur Organisasi English Cafe.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kerangka Umum Komunikasi Pemasaran.....	2
-----------	---	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kegiatan Pembelajaran English Café	4
Gambar 2.1	Logo English Cafe	48
Gambar 3.1	Iklan Media Cetak dua sisi English Café	67
Gambar 3.2	Iklan Media Cetak dua sisi English Café	67
Gambar 3.3	Iklan media cetak flyer English Café	67
Gambar 3.4	Alumni English Cafe	70
Gambar 3.5	<i>Sharing Session</i> bagi alumni English Cafe.....	70
Gambar 3.6	Promosi Penjualan English Café	72
Gambar 3.7	Unggahan partner English Cafe.....	74
Gambar 3.8	Unggahan partner English Cafe.....	75
Gambar 3.9	Sharing bersama Jogja Family.....	75
Gambar 3.10	Launching Program TOEFL.....	77
Gambar 3.11	English Café <i>Sponsorship</i>	78
Gambar 3.12	Tampilan Google Advertising	80
Gambar 3.13	Tampilan Unggahan English Café Cabang	83
Gambar 3.14	Iklan Cerita Instagram	82
Gambar 3.15	Iklan Foto Instagram.....	83
Gambar 3.16	Tampilan Website Pusat English Cafe	85
Gambar 3.17	Tampilan Website Pusat English Cafe	85
Gambar 3.18	Tampilan Website Cabang English Cafe.....	86
Gambar 3.19	Tampilan Instagram English Café Pusat	88
Gambar 3.20	Tampilan Instagram English Café Cabang.....	88

Gambar 3.21	Unggahan Whatsapp English Café Cabang.....	89
Gambar 3.22	Unggahan Whatsapp English Café Pusat	90
Gambar 3.23	Unggahan Whatsapp English Café Cabang.....	90
Gambar 3.24	Tampilan laman Fanspage Facebook	93

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Naura Saraswati Herningtyas

Strategi Komunikasi Pemasaran English Café dalam menarik anggota kursus baru di Kota Yogyakarta Tahun 2012 - 2018

Tahun Skripsi : 2018 + 144 halaman + 23 gambar + 4 tabel

Daftar Pustaka : 24 Buku + 7 Jurnal + 7 Sumber Online

Kegiatan komunikasi pemasaran merupakan bentuk usaha lembaga dalam menginformasikan produk dan merek kepada pihak luar baik kepada khalayak sasaran maupun mitra usaha. English Café adalah sebuah bisnis jasa yang bergerak pada sektor pendidikan. Bisnis ini memiliki peluang yang besar terkhusus di Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar di Indonesia. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) bagaimana tahap-tahap strategi komunikasi pemasaran English Café dalam menarik anggota kursus baru (2) Faktor pendukung dan faktor penghambat strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan English Café dalam menarik anggota kursus baru. Pada penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengambilan informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposeful sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dan studi dokumentasi dengan teknik analisa data menggunakan model Miles dan Huberman (1994). Berdasar pada hasil penelitian secara menyeluruh yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa English Café sebagai lembaga kursus Bahasa Inggris pertama di Indonesia yang memiliki konsep belajar di café pada tahap pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran English Café melakukan kegiatan promosi offline dan online meliputi iklan, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, promosi penjualan dan Hubungan Masyarakat dan komunikasi mulut-ke-mulut. Kegiatan komunikasi pemasaran yang menjadi unggulan yaitu kerjasama. Tidak hanya bekerja sama dengan café terkemuka yang ada di Yogyakarta, English Café juga bekerja sama dengan perusahaan terkemuka dengan membuka membuka peluang kerjasama dan *sponsorship* kepada khalayak umum berpengaruh besar terhadap peningkatan anggota kursus setiap tahunnya.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Pemasaran, Bauran Promosi, English Café Yogyakarta

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Departement of Communication Science

Concentration of Public Relations

Naura Saraswati Herningtyas

Marketing Communication Strategy English Café In Attracting of New Member in Yogyakarta City 2012 -2018

Year of Undergraduate Thesis : 2018 + 144 Pages + 23 Images + 4 Table

References : 24 Books + 7 Journal + 7 Online Sources

The marketing communication activities as an effort of a company are intended to inform product and brand to target audience or business partners. In this research, the researcher discussed the marketing communication strategy in attracting the interest of new member in Yogyakarta City. English Cafe Yogyakarta as the first language courses institution in Indonesia which has the concept of learning in the café. The research aimed to find out (1) The stages of Marketing Communication Strategy of English Café in increasing the number of member (2) The supporting factors and inhibiting factors the Marketing Communication Strategy in English Café. The method of the research was descriptive qualitative with the sampling technique used in this research was purposeful sampling technique. The sources of the data were taken from primary data obtained from in-depth interview and and documentation documentation and library studies. Technique of analyzing data used was Miles and Huberman model (1994). Based on the analysis conducted can be concluded that the marketing communication strategies of English Cafe Yogyakarta as the first language courses institution in Indonesia which has the concept of learning in the café using offline and online promotion which including advertising, direct marketing, interactive marketing, sales promotion and public relations and communication word-of-mouth. Marketing communication activities of English Café which became the main promotion are partnership. In addition to the cooperation with the leading café in Yogyakarta, English Café also collaborates with leading companies with using opening partnership and sponsorship opportunities open to the public effectively increasing the number of member course English Cafe about every year.

Keywords : Strategy, Marketing communication, promotion mix, English Café Yogyakarta