

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AIOLA FOOD
CARAVAN DALAM MENARIK PELANGGAN MELALUI
AKUN INSTAGRAM @AIOLAFOODCARAVAN**

SKRIPSI



Disusun oleh :

AHMAD TAUFIQ

1151900168

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AIOLA FOOD
CARAVAN DALAM MENARIK PELANGGAN MELALUI
AKUN INSTAGRAM @AIOLAFOODCARAVAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

AHMAD TAUFIQ

1151900168

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 26 Juni 2023

Dewan Penguji :

1. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.Sos., M.Med.Kom (*Bagus*)
Ketua
2. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom (*M. Insan*)
Anggota
3. Maulana Arief, S.Sos., M.I.Kom
Anggota

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P.
NPP 20120.87.0103

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Taufiq

NIM : 1151900168

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AIOLA FOOD
CARAVAN DALAM MENARIK PELANGGAN MELALUI
AKUN INSTAGRAM @AIOLAFOODCARAVAN

Surabaya, 26 Juni 2023

Mengetahui

Disetujui Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120.87.0103

Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana,
S.Sos., M.Med.Kom
NPP 20150.18.0777

Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Penjiplakan

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ahmad Taufiq

NBI : 1151900168

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AIOLA FOOD
CARAVAN DALAM MENARIK PELANGGAN MELALUI
AKUN INSTAGRAM @AIOLAFODDCARAVAN

Menyatakan,

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
 2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
 3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti Sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.
- Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 06 Juli 2023

Yang membuat pernyataan

Ahmad Taufiq





UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AHMAD TAUFIQ
NBI/ NPM : 1151900168
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AIOLA FOOD
CARAVAN DALAM MENARIK PELANGGAN MELALUI
AKUN INSTAGRAM @AIOLAFOODCARAVAN

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : SURABAYA
Pada tanggal : 09 JULI 2023

*Coret yang tidak perlu

Yang Menyatakan,

AHMAD TAUFIQ

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Aiola Food Caravan Dalam Membangun Customer Engagement Melalui Akun Instagram @aiolafoodcaravan”. Dalam skripsi ini dibahas mengenai strategi Aiola Food Caravan dalam meraih customer engagement. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti sidang skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tetapi penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran serta melimpahkan kesehatan kepada penulis, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua penulis, Khusnul Khotib dan Asifah, untuk beliau berdua skripsi ini penulis persembahkan. Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.
3. Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom dan Bapak Muchamad Rizqi, S.I Kom., M. Med. Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhon, S.I.Kom.,Med.Kom selaku kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

5. Muhammad Husen Nafis selaku kakak saya yang selalu memberikan dorongan dan support selama melakukan kegiatan perkuliahan.
6. Widya Nur Hayati selaku kekasih saya yang selalu menemani dan memberikan support dengan tulus untuk berjuang menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.
7. Gusdur Muhammad Abdurrahman dan M. Alfian Misbakhul selaku sahabat dekat saya yang telah memberi dukungan dan semangat selama pengerjaan skripsi ini.
8. Syafri Subekhi Rahmatullah, Abdullah Lubab Khoiry, Sinar Jonan, Irda Jatmiko F, Zerico Bimantara, Andre Febrian A, Toriq Huda S, Ulfik Rahmadaniyah selaku teman dekat di perkuliahan yang selalu memberikan dukungan dan berjuang bersama selama pengerjaan skripsi ini.
9. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.

Surabaya, Juni 2023

Penulis

Ahmad Taufiq

Abstrack

This study aims to analyze the marketing communication strategy carried out by Aiola Food Caravan in gaining customer interest through the Instagram account @aiolafoodcaravan. The research method used is a case study by collecting data from interviews and observations of the Instagram account. The results of the study show that Aiola Food Caravan uses various strategies to gain customer interest such as attractive visual content, use of special hashtags, direct interaction with customers through the direct message feature, as well as a loyalty reward program for loyal customers. One of Aiola Food Caravan's main strategies in gaining customer interest on Instagram is through big data analysis. By leveraging the latest tools and technology, they can collect and analyze data from Instagram users, such as food preferences, interests and consumer behavior. With the data obtained, Aiola Food Caravan can better understand their audience and create content that suits their needs and interests. In implementing this strategy, Aiola Food Caravan conducts in-depth market research to identify the latest trends and consumer preferences in terms of food. The data collected from this big data analysis is then used to create Instagram content that is relevant and interesting to their audience. This research contributes to the culinary and digital marketing industries on how marketing communication strategies can be carried out effectively through social media such as Instagram.

Keywords : Marketing Communication Strategy, Attracting Customers, Instagram

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Aiola Food Caravan dalam meraih ketertarikan pelanggan melalui akun Instagram @aiolafoodcaravan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan mengumpulkan data dari wawancara dan observasi terhadap akun Instagram tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aiola Food Caravan menggunakan berbagai strategi untuk meraih ketertarikan pelanggan seperti konten visual yang menarik, penggunaan hashtag khusus, interaksi langsung dengan pelanggan melalui fitur direct message, serta program loyalty reward bagi pelanggan setia. Salah satu strategi utama Aiola Food Caravan dalam meraih ketertarikan pelanggan di Instagram adalah melalui analisis big data. Dengan memanfaatkan alat dan teknologi terkini, mereka dapat mengumpulkan dan menganalisis data dari pengguna Instagram, seperti preferensi makanan, minat, dan perilaku konsumen. Dengan data yang diperoleh tersebut, Aiola Food Caravan dapat memahami dengan lebih baik audiens mereka dan membuat konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Dalam menerapkan strategi ini, Aiola Food Caravan melakukan riset pasar yang mendalam untuk mengidentifikasi tren terkini dan preferensi konsumen dalam hal makanan. Data yang dikumpulkan dari analisis big data ini kemudian digunakan untuk menciptakan konten Instagram yang relevan dan menarik bagi audiens mereka. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi industri kuliner maupun digital marketing tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran dapat dilakukan secara efektif melalui media sosial seperti Instagram.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Menarik Pelanggan, Instagram

Daftar Isi

KATA PENGANTAR.....	v
Abstrack.....	vii
Abstrak.....	viii
Daftar Isi.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
Bab II.....	9
Kajian Pustaka	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Critical Review	13
2.3. Landasan Teori	18
2.4. Landasan Konseptual	23
2.5. Kerangka Pemikiran	30
BAB III.....	31
Metode Penelitian.....	31
3.1. Pendekatan Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian.....	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Keabsahan Data	34
BAB IV	39

Hasil Penelitian.....	39
4.1 Deskripsi Subjek / Objek Penelitian.....	39
4.2 Analisis Data.....	40
4.3 Pemasaran	41
4.4 <i>Promotion Mix</i>	42
BAB V.....	65
Penutup	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Rekomendasi	67

Daftar Gambar

Gambar 1 1	4
Gambar 1 2	5
Gambar 4 1	39
Gambar 4 2	42
Gambar 4 3	46
Gambar 4 4	50
Gambar 4 5	53
Gambar 4 6	54
Gambar 4 7	56
Gambar 4 8	57
Gambar 4 9	59
Gambar 4 10	62

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. 1Kerangka Pemikiran.....	31

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Interview Guide	71
Lampiran 2 Transkrip dan Hasil Wawancara.....	72
Lampiran 3 Dokumentasi.....	76
Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1	77
Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 2	78
Lampiran 6 Lembar Perintah Revisi Penguji 3	79
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	80
Lampiran 8 Lembar Bimbingan.....	82

