

**PENERAPAN *INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION* PADA FITTARA COFFEE**

SKRIPSI

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



Oleh:

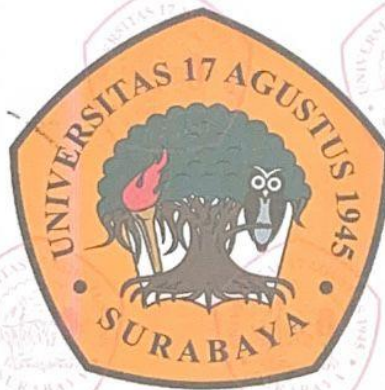
ANUGERAH PUTERA DHARMAWAN

NBI.1152000408

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENERAPAN INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION PADA FITTARA COFFE
SKRIPSI**

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



Oleh:

ANUGERAH PUTERA DHARMAWAN

NBI.1152000408

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

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anugerah Putera Dharmawan

NBI : 1152000408

Judul : Penerapan *Integrated marketing communication* Pada Fittara
Coffee

Surabaya, 16 Januari 2025

Mengetahui
Dekan

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP: 20120870103


A.A.I Prihandari Satvikadewi,
S.Sos., M.Med.Kom.,
NPP: 20130100596

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan Didepan 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:

Dewan Penguji:

1. **A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom.,**
Ketua
2. **Dr. Teguh Priyo Sadono, Msi**
Anggota
3. **Drs. Jupriono, M.Si**
Anggota



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P

NPP: 20120870103



Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya

Badan Perpustakaan
Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya
Tlp. 031-593-1800 (ext.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id

**PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Anugerah Putera Dharmawan
NIM : 1152000408
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Sebagai perkembangan Ilmu Pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

“Penerapan Integrated Marketing Communication Pada Fittara Coffee”

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

Dibuat di : Surabaya

Pada tanggal : 16 Januari 2025 (di isi tanggal selesai revisi)

Yang Menyatakan



(Anugerah Putera Dharmawan)

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anugerah Putera Dharmawan

NBI : 1152000408

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan *Integrated marketing communication* Pada Fittara Coffee

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 16 Januari 2025



(Anugerah Putera Dharmawan)

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Anugerah Putera Dharmawan
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 10 Oktober 2002
Alamat : Pondok Jati Blok D 2 RT 13 RW 04 Kec,
Sidoarjo Kab. Sidoarjo
Kebangsaan : Indonesia
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
No. Telp / Email : 087762584900/nugidharmawan@gmail.com

Jenjang	Sekolah/Instansi/universitas	Jurusan	Periode
SD	SD SABILILLAH SIDOARJO	-	2008-2014
SMP	SMP MUHAMMADIYAH 1 SIDOARJO	-	2014-2017
SMA	SMA MUHAMMADIYAH 2 SIDOARJO	IPS	2017-2020
STRATA I	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Ilmu Komunikasi	2020- Sekarang

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada:

Kedua Orang Tua Tercinta Terima kasih atas cinta, dukungan, dan doa yang tiada henti. Kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan saya dalam menyelesaikan karya ini.

Dosen Yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta motivasi, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Terima kasih atas segala arahan dan kesabaran yang diberikan.

Teman-Teman Seperjuangan Yang selalu memberikan semangat dan dorongan, serta menemani dalam suka dan duka selama proses penyusunan karya ini. Kebersamaan dan kerjasama kita adalah bagian penting dari perjalanan ini.

Almamater Tercinta Terima kasih atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan sehingga saya dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan karya ini dengan maksimal.

Diri Sendiri Sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras, ketekunan, dan kesabaran yang telah dilakukan untuk menyelesaikan karya ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk mencapai cita-cita yang lebih tinggi.

ABSTRACT

The café, restaurant, and coffee shop industry is experiencing rapid growth and development, leading to intense competition among coffee shop businesses. This competition drives many business owners to create comfortable spaces and offer delicious flavors to attract customers. Amid the flourishing coffee shop scene, one coffee shop that remains relevant to the community is Fittara Coffee, located in Sidoarjo. It stands out for its cozy and tranquil atmosphere and its unique location nestled within a village and residential area. The marketing strategy required must focus on increasing the café's visibility, strengthening its brand image, and continuously building strong relationships with customers. In this context, the problem formulation aims to understand the implementation of integrated marketing communication at Fittara Coffee. The theoretical foundation used in this research is Integrated Marketing Communication, which includes seven key elements. The research approach used is qualitative. The findings show that the marketing communication strategies employed include advertising in the form of video content on Instagram and word-of-mouth marketing carried out by the marketing team (baristas) to customers, as well as from customers to other customers.

Keywords: Integrated Marketing Communication, Coffee shop, Marketing

ABSTRAK

Industri kafe, restoran, dan kedai kopi mengalami pertumbuhan dan perkembangan secara pesat. Sehingga terjadi persaingan ketat antar bisnis kedai kopi dan menjadikan banyaknya pelaku bisnis membuat tempat yang nyaman, cita rasa yang enak untuk menarik pelanggan. Di tengah maraknya *coffe shop* terdapat salah satu *coffe shop* yang tetap eksis di tengah masyarakat yang terletak di Sidoarjo yang mempunyai nuansa yang nyaman dan tenang, menariknya ialah Fittara Coffee yang mempunyai lokasi yang cukup unik di antara sebuah perkampungan dan perumahan. Strategi pemasaran yang dibutuhkan harus terarah pada peningkatan visibilitas kafe, memperkuat citra merek, dan terus membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Dalam hal ini, terdapat perumusan masalah untuk mengetahui penerapan *integrated marketing communication* pada Fittara Coffee. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Integrated Marketing Communication*, yang didalamnya mencakup tujuh elemen-elemen penting. Metode pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan adalah Advertising dalam bentuk iklan berupa video konten di mediasosial instagram serta Word of Mouth Marketing yang dilakukan oleh tim pemasaran (Barista) kepada pelanggan, maupun dari pelanggan kepada pelanggan

Kata Kunci: Intergrated Marketing Communication, CoffeShop, Pemasaran

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, rahmat, karunia, dan hidayah-Nya. Sehingga dalam penulisan penelitian ini yang merupakan tugas akhir program sarjana ini dapat di selesaikan tepat waktu. Penulisan skripsi yang Berjudul “Penerapan Strategi *Integrated marketing communication* pada Fittara Coffe sebagai salah satu (S1) jurusan Ilmu Komunikasi sekaligus memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah berperan memberikan bimbingan, arahan, kerjasama, dan do’a sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Maka penulis ucapkan terima kasih dengan tulus kepada

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Dosen Pembimbing, pertama Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom., yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing kedua Ibu Amalia Nurul Muthmainnah S. I. Kom., yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.

6. Untuk kedua orang tua saya Bapak Agung dan Ibu Rose Iswati, yang selalu memberikan dukungan moral dan material, serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.
7. Adika Abraar Andityadan Bagas Dwi Satria yang telah mendukung, memberi segala bantuan, waktu dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Dimas Fahmi, Chrisina Haryono, Nabila Aulia, Herlin Febry, Dewi Fortuna, Salzabila Putri, Abhiram Nugroho, Yovie Wdianto, dan Sekar Eda sebagaisahabat-sahabat seperjuangan penulis yang telah mengingatkan, memberikan semangat, menghibur, dan menemani dalam pengerjaan penyusunan skripsi.
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2020 yang telah memberikan kenangan, selama penulis melakukan proses perkuliahan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
10. Fittara Coffee, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian guna pengambilan data untuk menyelesaikan skripsi.

11. Teman – teman di Fittara Coffee yang menemani penulis dan memberikan semangat selama penelitian.
12. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang [sebutkan bidang yang relevan, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Tujuan	6
1.5 Manfaat	6
BAB II PENELITIAN TERDAHULU	7
2.1 Penelitian terhadulu.....	7
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Teori Integrated Marketing Communication.....	11
2.3 Landasan Konseptual	16
2.3.1 Strategi Komunikasi.....	16
2.3.2 Strategi Komunkasi Pemasaran	17
2.3.3 <i>Coffe shop</i>	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Subjek Penelitian.....	21
3.4 Jenis Data (Primer dan Sekunder)	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	22
3.6 Teknik Analisis Data	24
3.7 Keabsahan Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN	27
4.1 Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian.....	27
4.1.1 Profil Fittara Coffee	27
4.1.2 Visi dan Misi Fittara Coffee.....	29
4.1.3 Menu Minuman yang terdapat di Fittara Coffee.....	30
4.1.4 Struktur Perusahaan	31
4.1.5 Tugas dan Fungsi	31
4.1.6 Standar Operasioanl Perusahaan (SOP) Fittara Coffee	33
4.1.7 Lokasi Fittara Coffee	33
4.1.8 Akses Menuju Fittara Coffee	34
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasann.....	36
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Rekomendasi	62
Daftar Pustaka.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3. 1 Informan	24
Tabel 4. 1 Akses Menuju Fittara Coffe.....	34

DAFTAR BAGAN

Bagan 2 1 Kerangka Pemikiran.....	20
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1	Logo Fittara Coffee	27
Gambar 4. 2	Menu Fittara Coffee	30
Gambar 4. 3	Struktur Perusahaan Fittara Coffee.....	31
Gambar 4. 4	Isi Konten dari iklan Fittara Coffee di Instagram	38
Gambar 4. 5	Ulasan dan Rekomendasi Tiktok.....	48
Gambar 4. 6	Ulasan dan Ajakan di Tiktok	50
Gambar 4. 7	Event Ulang Tahun Fittara Coffee.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara Narasumber 1.....	69
Lampiran 2	Transkrip Wawancara Narasumber 2.....	77
Lampiran 3		83
Lampiran 4	Kartu Bimbingan	87
Lampiran 5	LOA Artikel.....	89
Lampiran 6	Surat Keterangan Turnitin	90
Lampiran 7	Hasil Turnitin.....	91
Lampiran 8	Dosen Penguji.....	92
Lampiran 9	Dosen Penguji.....	93
Lampiran 10	Dosen Penguji.....	94