



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING  
BENGAWAN SOLO COFFEE  
PERIODE 2013**

**SKRIPSI**



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Eirene Ribka Marry Sinurat**

**09120110260**

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG

2015

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh dan gelar keserjanaan yang telah saya peroleh siap **DICABUT**.

Tangerang, 07 Mei 2015

Eirene Ribka M Sinurat

UMN

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING**

#### **BENGAWAN SOLO COFFEE**

**PERIODE 2013**

Oleh :

Nama : Eirene Ribka M Sinurat

NIM : 09120110260

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

Pembimbing

(A Judhie Setiawan, Msi)

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Bertha Sri Eko M, M.Si)

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**IMPLEMENTASI DIRECT MARKETING**  
**BENGAWAN SOLO COFFEE**

**PERIODE 2013**

Oleh :

Eirene Ribka Marry Sinurat

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 23 April 2015,

Pukul 14.00 s.d 16.00 dan dinyatakan lulus

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**

**Penguji Ahli**

Dra. Joice Caroll Siagian, M.Si.

Inco Hary Perdana, M.Si.

**Dosen Pembimbing**

A.Judhie Setiawan, M.Si.

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

Dr.Bertha Sri Eko M., M.Si.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan baik.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara, Tangerang.

Selesainya tugas akhir ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak A Judhie Setiawan, M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan perhatiannya selama penulis menyusun tugas akhir ini.
2. Ketua sidang dan penguji yang telah memberi arahan serta membimbing penulis sehingga penulisan ini selesai, Dra. Joice Caroll Siagian, M.Si. dan Inco Harry Perdana, M.Si.
3. Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi, Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.
4. Mbak Dietra dan selaku tim Bengawan Solo Coffee yang telah memberikan informasi dan tuntunan mengenai bengawan solo coffee.
5. Ibu Kartina Sury selaku nara sumber peneliti yang membantu penulis dalam melengkapi tugas akhir ini.

6. Yang tersayang kedua Orang tua, Eddy Sinurat dan Theresia, kedua adik Elinawati dan Erica yang dengan sabar selalu mendoakan,membimbing dan tidak henti-hentinya memberikan bantuan moril dan materi.
7. Lidya Kezia dan Nike Putri Yunandika yang tak henti-hentinya memberikan semangat serta bantuan dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Sahabat tercinta Amelia, Yodie, Equita, Gabby, Jane, Marsella, dan Boy yang membantu dalam doa.
9. Ucapan terima kasih untuk teman-teman dari FlyOver yang telah mendukung dalam doa.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

Tangerang, 07 Mei 2015

Eirene Ribka M Sinurat

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Implementasi Direct Marketing Bengawan Solo Coffee Periode 2013. Saat ini bisnis dalam bidang *coffee shop* menjadi salah satu bisnis yang cukup berkembang di Indonesia, khususnya di Jakarta. *Coffee shop* sekarang banyak ditemui hampir disetiap sudut daerah Jakarta. Dengan mengikuti perkembangan maka diperlukan konsep yang berbeda dalam menawarkan keunggulan sebuah produk agar dapat bersaing dengan kompetitor yang ikut bergerak pada bisnis yang sama.

Objek penelitian yang diteliti ialah Bengawan Solo Coffee. Penelitian ini mengangkat salah satu elemen dari promotion, dengan fokus penelitian *direct marketing*. Dengan menerapkan konsep *direct marketing* guna mengembangkan usahanya dibidang *coffee shop*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *direct marketing* yang digunakan oleh Bengawan Solo Coffee lebih mengarah pada bentuk kegiatan *telephone marketing*, *direct mail marketing*, dan *online marketing* karena dengan kegiatan tersebut Bengawan Solo Coffee dapat *me-recall* pelanggannya serta memperkenalkan ataupun mempromosikan produk terbaru dari Bengawan Solo Coffee.

Kata Kunci :Direct Marketing, Bengawan Solo Coffee, Marketing Communication



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KERANGKA TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Teori Komunikasi .....	11
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.4 Direct Marketing .....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....	32
3.2 Paradigma Penelitian.....	34
3.3 Metode Penelitian .....	36
3.4 Sumber Data dan Key Information .....	38
3.5 Fokus Penelitian.....	39
3.6 Keabsahan Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	44

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.1 Profil Perusahaan .....	46
4.1.2 Competitive Review.....	49
4.2 Hasil Penelitian .....	64
4.3 Kontrol dan Evaluasi.....	75
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	 <b>77</b>
5.1 Simpulan .....	77
5.2 Saran .....	78
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 <b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>88</b>

UMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 (Negara Produsen dan Pengespor Kopi terbesar di Dunia .....	3
Gambar 2.1 ( <i>Promotion Mix</i> sebagai bagian dari Marketing Mix).....	19
Gambar 2.2 ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	27
Gambar 4.1 (Logo Bengawan Solo Coffee ).....	46
Gambar 4.2 ( <i>Packanging</i> kopi bubuk Bengawan Solo Coffee).....	49



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 (Perbandingan penelitian terdahulu) .....	9
Tabel 4.1 (Analisi SWOT Bengawan Solo COffee) .....	52



UMN