

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DELIWINGS EXPRESS
MELALUI APLIKASI ONLINE GO-FOOD DAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

DWIPANGGA AGRITANAYA

140905380 / kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DELIWINGS EXPRESS
MELALUI APLIKASI ONLINE GO-FOOD DAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh:

Dwipangga Agritanaya

140905380 / kom

disetujui oleh:



Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., MA

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Deliwings Express Melalui
Aplikasi Online Go-Food dan Media Sosial Instagram

Penyusun : Dwipangga Agritanaya

NIM : 140905380

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : 1 Juli 2021

Pukul : 09:00 – 10:00

Tempat : Online (Zoom)

TIM PENGUJI

Ign. Agus Putranto, Drs., M.Si

Penguji Utama

Rebbeka Rismayanti, S.I.Kom., MA

Penguji I

Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A

Penguji II

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwipangga Agritanaya

NIM : 140905380

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Implementasi Komunikasi Pemasaran Deliwings Express Melalui Aplikasi Online Go-food Dan Media Sosial Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 12 Juni 2021

Saya yang menyatakan,



Dwipangga Agritanaya

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulisan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Ibu Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., MA. selaku pembimbing skripsi saya.
3. Caca yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
4. Kedua orang tua yang selalu merestui dan mendoakan.
5. Semua teman teman Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2014.
6. Teman teman Alumni SMA Negeri 1 Gamping 2014.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberi kekuatan, kesehatan, kelancaran, pertolongan, dan yang selalu menyertai penulis selama proses penyelesaian skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Deliwings Express Melalui Aplikasi Online Go-Food Dan Media Sosial Instagram” skripsi ini diajukan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun penulis berusaha untuk membuat skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat memiliki manfaat bagi banyak pihak. Oleh karena itu, penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga atas kebaikan semua pihak yang terlibat dalam proses pembuatan skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan bisa membantu bagi pembaca maupun penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 12 Juni 2021

Dwipangga Agritanaya

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Abstrak	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Model Komunikasi.....	8
2. Komunikasi Pemasaran.....	11
3. Media Sosial Instagram sebagai Media Penyampaian Pesan Pemasaran.....	17
F. Kerangka Konsep	20
G. Metodologi Penelitian.....	22
1. Metode Penelitian.....	22
2. Jenis Penelitian.....	23
3. Waktu dan Lokasi Penelitian	23
4. Subyek Penelitian.....	23
5. Teknik Pengumpulan Data	24
6. Metode Analisis Data	25

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Komunikasi Pemasaran Deliwings Express	27
B. Profil Deliwings Express	28
1. Sejarah Berdirinya Deliwings Express	28
2. Logo dan Makna Logo Deliwings Express	29
3. Tagline Deliwings Express	30
4. Visi Misi Deliwings Express	30
5. Struktur Organisasi Deliwings Express	30
B. Profil Narasumber	31

BAB III PEMBAHASAN

A. Hasil Temuan Penelitian	32
B. Hasil Analisis	73

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	85
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA	88
-----------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Deliwings Express.....	2
Gambar 1.2 Model Komunikasi Berlo	10
Gambar 2.1 Logo Deliwings Express	29
Gambar 3.1 Foto Produk Deliwings Express Pada Awal Buka	34
Gambar 3.2 Foto Produk Deliwings Express Pada Awal Buka	35
Gambar 3.3 Foto Produk Deliwings Express Hasil Foto Shoot Profesional	36
Gambar 3.4 Promo Reguler Deliwings Express di Aplikasi Go-Food	41
Gambar 3.5 Bukti Promo PSBB Deliwings Express Periode 1	43
Gambar 3.6 Bukti Promo PSBB Deliwings Express Periode 2	43
Gambar 3.7 Bukti Promo PSBB Deliwings Express Periode 3	44
Gambar 3.8 Bukti “Promo Bermakna” Deliwings Express	45
Gambar 3.9 Banner Deliwings Express pada Aplikasi Go-Food	46
Gambar 3.10 Performa Penjualan Deliwings Express	47
Gambar 3.11 Konten Iklan Deliwings Express.....	56
Gambar 3.12 Konten Iklan Deliwings Express	57
Gambar 3.13 <i>Caption</i> pada Konten Iklan Deliwings Express	58
Gambar 3.14 Konten Iklan Deliwings Express Bergabung di Go-Food pada Media Instagram	59
Gambar 3.15 Contoh Informasi Jam Operasional Deliwings Express.....	60
Gambar 3.16 Contoh Informasi Pemberian <i>Give</i> bagi <i>Driver</i> Aplikasi <i>Online</i>	61
Gambar 3.17 Penyampaian Informasi dari Deliwings Express melalui Media Instagram	62
Gambar 3.18 Penyampaian Informasi dari Deliwings Express melalui Media Instagram	63
Gambar 3.19 Penyampaian Informasi Ucapan Selamat pada Hari Laut Sedunia di Media Instagram	64

Gambar 3.20 Pemesanan Makanan Melalui DM Instagram Deliwings	
Express	65
Gambar 3.21 Penanganan Keluhan Pelanggan Deliwings Express	68
Gambar 3.22 Penanganan Keluhan Pelanggan Deliwings Express	69

DWIPANGGA AGRITANAYA

No. Mhs 140905380

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN DELIWINGS EXPRESS
MELALUI APLIKASI ONLINE GO-FOOD DAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

ABSTRAK

Deliwings Express melakukan komunikasi pemasaran untuk menyampaikan pesan produk yang dijual kepada pelanggan dan meningkatkan penjualan. Deliwings Express mempunyai konsep yang unik yaitu *ghost kitchen*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran Deliwings Express melalui aplikasi *online* Go-Food dan media sosial Instagram.

Metode penelitian ini adalah deskriptif. Jenis penelitian adalah kualitatif. Subjek penelitian adalah *owner* Deliwings Express dan konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Metode analisis data deskriptif yang dilakukan dengan tahapan pengumpulan data, pemilihan data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi komunikasi pemasaran Deliwings Express melalui aplikasi *online* Go-food dengan membuat promo regular dan mengikuti promo rutin yang diselenggarakan oleh Go-Food. Beberapa promo yang diikuti diantaranya adalah Promo cerdikiawan, Mamimumemo, Lebih happy dll. Deliwings Express memanfaatkan media Instagram untuk melakukan periklanan dengan unggah konten berupa foto, caption yang mendukung iklan, dan informasi kegiatan dari Deliwings Express. Deliwings Express juga melakukan aktivitas *personal selling* dengan menjalin interaksi yang intens dengan pelanggan yang potensial dengan tujuan tercapainya penjualan. Komunikasi *personal selling* ini dilakukan dengan tatap muka sebelum pandemic Covid-19 dan juga menggunakan media komunikasi DM Instagram. Deliwings Express berusaha menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dalam rangka implementasi komunikasi pemasarannya untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Deliwings Express menangani setiap keluhan pelanggan dalam hal pelayanan yang diberikan pada saat pembelian. Deliwings Express juga melakukan *direct marketing* melalui iklan berbayar Instagram Ads untuk menjangkau pelanggan yang potensial melalui Instagram.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Deliwings Express, Go-Food, Media Instagram