

**KOMUNIKASI PEMASARAN UD LAPAR SEHAT JEMBER
DALAM MENINGKATKAN MINAT MEMILIH MAKANAN
ORGANIK**

SKRIPSI



Oleh:

GHANI AMRI AL-BASTOMI

NIM. 1410521021

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
2018**

**KOMUNIKASI PEMASARAN UD LAPAR SEHAT
JEMBER DALAM MENINGKATKAN MINAT
MEMILIH MAKANAN ORGANIK**

SKRIPSI



OLEH
GHANI AMRI AL-BASTOMI
NIM. 1410521021

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

**KOMUNIKASI PEMASARAN UD LAPAR SEHAT
JEMBER DALAM MENINGKATKAN MINAT
MEMILIH MAKANAN ORGANIK**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh:

**Ghani Amri Al-Bastomi
NIM. 1410521021**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIKPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SEPTEMBER 2018**



PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya sampaikan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karuniaNyalah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa;
2. Bapak Amir Faisol dan Ibu Istiharoh, orangtua saya yang telah memberikan dukungan maupun materi serta doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua;
3. Kakak dan adik saya yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, dan doanya untuk keberhasilan ini, cinta kalian adalah semangatku, terimakasih banyak untuk kalian;
4. Triya Nurbaiti Carolin, yang selalu memberikan semangat serta dukungan sejak Maba sampai sekarang. Terimakasih wanita hebatku.
5. Dosen pembimbing, Dr. Juariyah, M. Si yang telah membimbing dengan sabar, yang mencerahkan disetiap kebuntuan, yang memberi semangat dalam keputusasaan dengan segala nasihat dan motivasi. Terima kasih telah mengantar saya untuk mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi;
6. Almamaterku, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember yang sangat saya banggakan dan saya junjung tinggi;
7. Teman-teman IK'14, Geng Semendal, Sahabat saya Rama, Rio dan Teman-teman KKN 25 Kapongan yang telah memberikan semangat dan cinta untuk saya menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih banyak sudah menjadi keluarga yang hangat dan penuh kasih sayang.

MOTTO

"Allah mengangkat orang – orang beriman diantara kamu dan juga orang – orang yang dikanuniai ilmu pengetahuan hingga beberapa drajat"

(Qs. al-Mujadalah : 11)

"Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah"

(HR.Turmudzi)

"Untuk sukses, hal yang harus dibuang adalah batasan. Dan yang harus dihindari adalah kemalasan dan sikap tidak bertanggung jawab"

(Kwon Ji Yong)



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ghani Amri Al-Bastomi
NIM : 1410521021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 27 September 2018

Yang membuat pernyataan

Materai 6000

Ghani Amri Al-Bastomi

NIM. 1410521021

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

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghani Amri Al-Bastomi
NIM : 1410521021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas : Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“KOMUNIKASI PEMASARAN UD LAPAR SEHAT JEMBER DALAM MENINGKATKAN MINAT MEMILIH MAKANAN ORGANIK”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember
Pada tanggal : 27 September 2018
Yang menyatakan,

**Ghani Amri Al-Bastomi
NIM.1410521021**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah swt. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul: “KOMUNIKASI PEMASARAN UD LAPAR SEHAT JEMBER DALAM MENINGKATKAN MINAT MEMILIH MAKANAN ORGANIK” yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa tiada manusia yang sempurna di dunia ini karena itu pasti mempunyai kekurangan-kekurangan. Penulis tak lepas dari kekurangan itu, sehingga apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, merupakan kebanggaan bagi penulis apabila ada kritik maupun saran-saran yang baik merupakan bekal untuk melangkah kejalan yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Emy Kholifah, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Suyono,SH.,M.I.Kom., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr. Juariyah, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.
5. UD. Lapar Sehat serta karyawan yang telah memberikan ijin dan membimbing penulis selama penelitian
6. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan- kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada penyusun.

Akhirul kalam penyusun berharap semoga karya tulis ilmiah dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 27 September 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN LOGO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	7
2.1.2 Proses Komunikasi Pemasaran	8
2.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	8
2.2 Kajian Teori	9
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>).....	9
2.2.2 Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu	10
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	12
2.2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	14
2.2.5 Hambatan Komunikasi.....	20
2.3 Makanan Organik.....	23
2.3.1 Manfaat Makanan Organik	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Lokasi Penelitian.....	27

3.3 Sumber Data Penelitian.....	28
3.3.1 Data Primer	28
3.3.2 Data Sekunder	28
3.4 Penentuan Sumber Data	28
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.7 Keabsahan Data	30
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Objek Penelitian	32
4.1.1 Profil UD Lapar Sehat	32
4.1.2 Logo UD Lapar Sehat	34
4.1.3 Produk Lapar Sehat.....	34
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	35
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran UD Lapar Sehat melalui Bauran Komunikasi Pemasaran.....	36
4.2.2 Hambatan yang dialami UD Lapar Sehat dalam minat memilih makanan organik.....	51
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
 DAFTAR PUSTAKA	55
 LAMPIRAN.....	56

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, Terence. 2010. “*Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*”. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta : Erlangga.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Astawan, Made. 2009. *Sehat dengan Hidangan Kacang dan Biji-bijian*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, Achmad. 2014. *Komunikasi Pemasaran UKM Kacapuri Dalam Menarik Konsumen*. Surabaya. Undergraduate Thesis. UIN Sunan Ampel (<http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/19378>)
- Donni, Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia.
- Karlina, Ika dkk. 2012. *Integrated Marketing Communications Komunikasi Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Terjemahan oleh Tim Mark Plus. 2004. Jakarta: PT Indeks.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Moleong, L. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2007. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Ramdina Prakarsa.
- Onong, Uchjana Effendy. 2006. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Poerwandari, E. K. 1998. *Pendekatan Kualitatif Dalam penelitian Psikologi*. Jakarta : Lembaga Pengembangan Sarana Pengukuran dan Pendidikan.
- Rachmadi F, 1993, *Public Relation dalam Teori dan Praktek*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sendjaja, S. Djursa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

- Shimp, a Terennce. 2003. Advertising and promotion & supplemental aspects integrated communications, sixth edition, thomson south-western.Ohio.
- Sutisna. 2001. “*Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*”. Bandung. Penerbit : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Uyung, Sulaksana. 2003. *Integreted Marketing Communication*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sumber lain:

https://youtu.be/dAg6DPZCX_8

<https://ahmadsuparno.wordpress.com/2013/12/30/element-komunikasi-pemasaran/>

<https://laparsehat.wordpress.com/>

<https://scholar.google.co.id/>

