

**STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS PELAPAK DALAM MEMBANGUN
CITRA PADA PEMBELI (STUDI PADA GRUP FACEBOOK KULINER
SURABAYA EST. 2010 (GKS EST.2010))**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR
SARJANA (S1) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



Ahmad Zaini

2014.69.09.0017

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2018

**STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS PELAPAK DALAM MEMBANGUN
CITRA PADA PEMBELI (STUDI PADA GRUP FACEBOOK KULINER
SURABAYA EST. 2010 (GKS EST.2010))**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR
SARJANA (S1) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



Ahmad Zaini

2014.69.09.0017

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Komunikasi Bisnis Pelapak Dalam Membangun Citra Pada Pembeli (Studi Pada Grup Facebook Kuliner Surabaya EST. 2010 (GKS EST. 2010))

Disusun oleh : Ahmad Zaini

NIM : 201469090017

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji


Pasuruan, 27 Agustus 2018

Menyetujui.


Kaprod.

(Zainul Ahwan S.Sos., M.I.Kom)
NIK. 0691100045

Pembimbing,


(Ninuk Riswandari S.Sos., M.Si)
NIK. 0691109049

TANDA PENGESAHAN

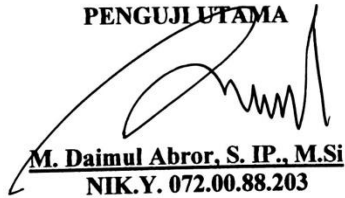
TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI, FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA
PASURUAN, PADA :

HARI : Senin
TANGGAL : 27 Agustus 2018
JAM : 09.30 – 10.10 WIB
JUDUL : Strategi Komunikasi Bisnis Pelapak Dalam Membangun
Citra Pada Pembeli (Studi Pada Grup Facebook Kuliner
Surabaya EST. 2010 (GKS EST. 2010)

DINYATAKAN LULUS

MAJELIS PENGUJI

PENGUJI UTAMA



M. Daimul Abror, S. IP., M.Si
NIK.Y. 072.00.88.203

PENGUJI I



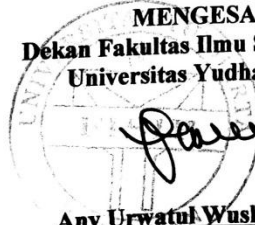

Siti Mulyasroh, S.Sos.M.I.Kom
NIK. 0690203009

PENGUJI II



(Ninuk Riswandari S.Sos., M.Si)
NIK. 0691109049

MENGESAHKAN,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik
Universitas Yudharta Pasuruan



Any Urwatul Wusko, S.Sos, M.AB
NIK.Y. 069.11.03037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Zaini
NIM : 201469090017
Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri; bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan,
19 Oktober 2018.....

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Ahmad Zaini
Nama Terang

PERSEMBAHAN

**SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN
UNTUK KEDUA ORANG TUA KU
DAN ORANG-ORANG YANG
KUSAYANGI**

MOTTO

**JADILAH DIRI SENDIRI KARENA ITU
LEBIH NYAMAN, DAN SELALU
BEKERJA KERAS UNTUK
MENGGAPAI IMPIAN**

ABSTRAK

Penggunaan internet yang sangat tinggi di Indonesia yang mana Indonesia menduduki peringkat No. 6 di dunia dan ini tak terlepas dari penggunaan media sosial yang sangat tinggi terutama facebook. Dalam hal ini, peneliti tertarik ingin meneliti grup facebook “GRUP KULINER SURABAYA EST. 2010” karena memiliki member yang paling banyak diantara grup kuliner lainnya yang ada di Jawa Timur yakni berjumlah 420.565 member sampai akhir bulan Maret 2018. Pelapak yang memiliki strategi yang baik adalah pelapak yang mampu menginformasikan kepada pelanggan tentang produknya secara mendetail yang mampu menarik pelanggan sehingga akan terbentuk *brand image* (citra baik) yang baik dihati pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif pada objek penelitian “GRUP KULINER SURABAYA EST. 2010” dengan wawancara, dokumentasi dan SEO. Serta fokus pada pelapak dan pembeli di GKS dengan menggunakan teknik purposive sampling. Yang dianalisis dengan teknik analisis reduksi, data display, dan penarikan kesimpulan. Dan disimpulkan bahwa dari ke-4 pelapak yang telah peneliti analisis, menggunakan strategi komunikasi bisnis dengan iklan yang sama, yaitu *posting* gambar dan deskripsi produk yang menarik serta informasi yang lengkap di GKS, sehingga menimbulkan kepercayaan pembeli. Serta Terdapat 3 citra yang terbentuk di GKS, yaitu (1) citra eksklusif, (2) citra inovatif, (3) citra murah meriah.

Kata kunci: Facebook, strategi komunikasi bisnis, dan citra.

ABSTRACT

Very high internet usage in Indonesia where Indonesia was ranked No. 6 in the world and this is inseparable from the use of very high social media, especially Facebook. In this case, interested researchers want to research the Facebook group "SURABAYA KULINER GROUP EST. 2010 "because it has the most members among other culinary groups in East Java, amounting to 420,565 members until the end of March 2018. Pelapak who has a good strategy is the agent who is able to inform customers about their products in detail that can attract customers so they will formed brand image that is good in the hearts of customers. This study uses descriptive qualitative research methods on the object of research "KULINER GROUP SURABAYA EST. 2010 "with interviews, documentation and SEO. As well as focusing on pelapak and buyers in GKS by using purposive sampling technique. Which is analyzed by reduction analysis techniques, data displays, and conclusions. And it was concluded that out of the 4 masters who had been analyzing researchers, they used business communication strategies with the same advertisements, namely posting interesting images and product descriptions and complete information on GKS, giving rise to buyer confidence. And there are 3 images formed in the GKS, namely (1) exclusive images, (2) innovative images, (3) cheap images.

Keywords: Facebook, business communication strategy, and image.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari hasil penelitian ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman peneliti. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan.

Dalam penyusunannya, peneliti memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Romo Kyai Sholeh Bahruddin selaku pemangku yayasan Darut Taqwa
2. Bapak Rektor Universitas Yudharta Pasuruan Dr. Saifullah M.Hi yang telah member ijin serta fasilitas untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Any Urwatul Wusqo S.Sos,M.AB selaku Dekan Fisip dan tidak lupa segenap jajaran wakil dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Zainul Akhwan S.Sos M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Yudharta Pasuruan.
5. Ibu Ninuk Riswandari S.Sos.M.Si selaku pembimbing saya, yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing serta memberi masukan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas bimbingan, waktu, pikiran dan kesabaran bapak terhadap saya.

6. Untuk Davy Budiman selaku founder GKS dan narasumber-narasumber pelapak dan pembeli yang sudi meluangkan waktunya untuk berbagi informasi mengenai grup kuliner Surabaya Est. 2010.
7. Ibu, Ayah, Adik serta keluarga saya yang selalu mendo'akan, mendukung, menyemangati saya dalam proses perjuangan terakhir dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Dukungan berupa materi ataupun non materi sangatlah berarti buat saya. Semoga kebahagiaan selalu menyertai kalian.
8. Untuk teman-temanku (Ulid, mia, mbak iir, Husen, Zila, Childa, Dyah, Silvi, Indah, Ziza, Ria, Iza, Muslim, dayat, Cahyono, Mas Bolang, Mas Sendu, Rohman, Abas, Juned, Sauqi). Dan juga selamat untuk kalian, para pejuang S.I.Kom 2018 yang telah berhasil melewati proses terakhir kita di kampus ini. Akhirnya dengan usaha, dan do'a kita bisa melewati ini semua.
9. Dan untuk semua yang telah membantu dalam bentuk apapun dan menjadi pihak yang ikut andil dalam proses kelulusan saya.

Semoga perbuatan baik mereka memperoleh imbalan dari Allah SWT dengan imbalan yang berlipat ganda. Perlu diketahui bahwa dengan segenap kelemahan, laporan skripsi ini tetap jauh dari sempurna, oleh karena itu masukan dan kritikan yang konstruktif amat penulis nantikan demi kesempurnaan laporan ini. Akhirnya semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak terutama mereka para pembaca.

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua dan dapat diterima dengan baik. Karena masih dalam tahap belajar, peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya karena skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Universitas Yudharta Pasuruan

PENELITI

DAFTAR ISI

Sampul Luar	ii
Sampul Dalam.....	iii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iv
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
Sumber: Hasil Olahan Peneliti 2018.....	11
2.2 Kajian Teoritik	11
2.2.1 Komunikasi Bisnis	11
2.2.2 Strategi Komuniasi Bisnis Online	13
2.2.3 Citra.....	18

2.2.4 Media Baru (New Media)	26
2.2.5 Facebook Marketing.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Objek Penelitian.....	32
3.3 Fokus Penelitian.....	32
3.4 Unit Analisis.....	33
3.5 Teknik Pengambilan Sampling	34
3.6 Sumber Data.....	35
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.8 Teknik Analisis Data	36
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Penyajian Data	38
4.1.1 Deskripsi Data Subjek.....	39
4.2 Analisis Data	43
4.2.1 Strategi Komunikasi Bisnis Pelapak	44
4.2.2 Pembentukan Citra Oleh Pembeli	76
BAB V.....	101
PENUTUP.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
1.	: Penelitian Terdahulu	8
2.	: Strategi dan Pembentukan Citra Pelapak dan Pembeli	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
1.	: Pembentukan Citra	20
2.	: Konsep Facebook Marketing.....	29
3.	: Kerangka Pemikiran.....	31
3.	: Azam Cake	129
4.	: Ayu Pemilik Bakso GFF.....	131
5.	: Abdique Fruits.....	133
6.	: Cireng Isi SBY.....	135
7.	: Dimsum Quinza.....	137
8.	: Mie Mangkok Melet.....	139
9.	: Mypizza SBY.....	141
10.	: Pembeli Dini.....	144
11.	: Pembeli Rika.....	146
12.	: Pembeli Rumaisha.....	147
13.	: Pembeli Hans.....	148
14.	: Facebook Pelapak Azam Cake	151
15.	: Facebook Ayu Pemilik Bakso GFF.....	152
16.	: Facebook Cutam Bu Meli	152
17.	: Facebook Pelapak Rumah Belut Sidoarjo	153
18.	: Facebook Abdique Fruits	154
19.	: Facebook Cireng Isi SBY	155

20.	: Facebook Dimsum Quinza	156
21.	: Facebook Mie Mangkok Melet.....	157
22.	: Facebook Mypizza SBY	158
23.	: Facebook Pembeli Dini.....	159
24.	: Facebook Pembeli Rumaisha	160

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	Hal
1.	: Transkrip Interview Guide Pelapak	104
2.	: Transkrip Interview Guide Pembeli	119
3.	: Azam Cake	129
4.	: Ayu Pemilik Bakso GFF.....	131
5.	: Abdique Fruits.....	133
6.	: Cireng Isi SBY.....	135
7.	: Dimsum Quinza	137
8.	: Mie Mangkok Melet.....	139
9.	: Mypizza SBY	141
10.	: Pembeli Dini.....	144
11.	: Pembeli Rika.....	146
12.	: Pembeli Rumaisha.....	147
13.	: Pembeli Hans.....	148
14.	: Facebook Pelapak Azam Cake	151
15.	: Facebook Ayu Pemilik Bakso GFF.....	152
16.	: Facebook Cutam Bu Meli	152
17.	: Facebook Pelapak Rumah Belut Sidoarjo	153
18.	: Facebook Abdique Fruits	154
19.	: Facebook Cireng Isi SBY	155
20.	: Facebook Dimsum Quinza.....	156

21.	: Facebook Mie Mangkok Melet.....	157
22.	: Facebook Mypizza SBY	158
23.	: Facebook Pembeli Dini.....	159
24.	: Facebook Pembeli Rumaisha	160
25.	: Facebook Pembeli Hans	161