STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AYAM BAKAR MADU BARAYA 18 DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh:

Ikbal Yuda Prakasa

41182037190130

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

UNIVERSITAS ISLAM 45 BEKASI

2026 M/1448 H

i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 31 Juli 2026

Tanda Tangan



Ikbal Yuda Prakasa
41182037190130

ii

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Bakar Madu Baraya 18 dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen
Diajukan oleh : Ikbal Yuda Prakasa
NPM : 41182037190130
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Jurnalistik
Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang Skripsi sebagai syarat untuk dapat mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Bekasi, 31 Juli 2026

Mengetahui,	Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	**Dosen Pembimbing**
Dr. Winda Primasari, M.Si	**Saepudin, S.S., M.Soc., Sc.**
NRP. 45.1.01.02.2012.016	**NRP. 45.1.01.11.2011.031**

iii

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Bakar Madu Baraya 18 dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen

telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Senin

Tanggal : 3 Agustus 2026

Waktu : 13:00 WIB

Oleh

Nama : Ikbal Yuda Prakasa

NPM : 41182037190130

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi

Dewan Penguji

Ketua Penguji	:	Dr. Winda Primasari, M.Si	
Penguji I	:	Dr. Tatik Yuniarti, M.I.Kom	
Penguji II	:	Saepudin, S.S., M.Soc.Sc	

Bekasi, 6 Agustus 2026

Mengesahkan,

Dekan

Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa,

Saepudin, S.S., M.Soc.Sc
NRP. 45.1.01.11.2011.031

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Winda Primasari, M.Si
NRP. 45.1.01.02.2012.016

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

2026

Ikbal Yuda Prakasa/41182037190130

"Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Bakar Madu Baraya 18 dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen."

Di bawah bimbingan Saepudin. S.S., M.Soc., Sc.

(40 Halaman + x Halaman), (10 Gambar), (4 lampiran).

Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) Ayam Bakar Madu Baraya 18 melalui saluran terbatas (*niche channels*) serta implikasinya terhadap minat beli konsumen berbasis model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini berhasil memanfaatkan kombinasi *Direct Marketing* (WhatsApp), *Interactive Marketing* (Google Maps & *online food*), serta *Word-of-Mouth* dan plang fisik untuk menuntun konsumen dari tahap *Attention* hingga *Action*. Namun, ditemukan kendala operasional berupa *delay response* di WhatsApp saat jam sibuk dan ketidaklengkapan informasi harga pada Google Maps yang berpotensi menghambat konversi minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, IMC, Minat Beli, Model AIDA, UMKM Kuliner.*

v

ABSTRACT

Universita Islam 45 Bekasi

Study of Communication Science

Faculty of Communication, Literature and Language

2026

Ikbal Yuda Prakasa/41182037190130

"Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Bakar Madu Baraya 18 dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen."

Under the guidance Saepudin. S.S., M.Soc., Sc.

(40 Pages + x Pages), (10 Image), (4 Appendix).

This descriptive qualitative study aims to analyze the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) strategies by Ayam Bakar Madu Baraya 18 through niche channels and its implications for consumer buying interest based on the AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action). Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The results indicate that the business effectively leverages a combination of Direct Marketing (WhatsApp), Interactive Marketing (Google Maps & online food), alongside Word-of-Mouth and physical signage to guide consumers from Attention to Action. However, operational bottlenecks such as WhatsApp response delays during peak hours and incomplete price information on Google Maps potentially hinder the conversion of buying interest.

Keywords: Marketing Communication, IMC, Buying Interest, AIDA Model, Culinary MSMEs.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, selawat serta salam tak lupa penulis lantunkan kepada Baginda Rosul, Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa cahaya kebaikan untuk umat penjuru dunia, berkat cahaya penuntunya penulis mampu menyelesaikan penelitian dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Ayam Bakar Madu Baraya 18 dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen" yang akan diajukan sebagai syarat untuk mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam proses penelitian ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

(1) Bapak Saepudin, S.S., M.Soc.Sc selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam 45 Bekasi.

(2) Ibu Dr. Winda Primasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam 45 Bekasi.

(3) Bapak Saepudin, S.S., M.Soc.Sc selaku pembimbing, karena telah bersedia meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing Penulis sejak awal penyusunan proposal Penelitian hinggal akhir.

(4) Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam 45 Bekasi, yang telah memberikan ilmunya kepada Penulis sehingga bermanfaat bagi Penulis dalam pelaksanaan penelitian.

(5) Kedua orang tua, Bapak Sunarno dan Ibu Rusmiati selaku Orang tua dari penulis.

(6) Teman-teman Ilmu Komunikasi 19, KKN, dan sahabat, yang telah mendukung serta memberikan semangat kepada penulis dalam melaksanakan penelitian hingga selesai.

vii

Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan tidak luput dari kesalahan serta kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangannya. Tidak lupa penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca atau pihak lain guna menjadi evaluasi bagi penulis di masa mendatang.

Bekasi, 31 Juli 2026

Penulis



Ikbal Yuda Prakasa

NPM: 41182037190130

viii

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING Error! Bookmark not defined. **i**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ..... **i** Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK ..... Error! Bookmark not defined.

ABSTRACT ..... Error! Bookmark not defined. **i**

KATA PENGANTAR ..... Error! Bookmark not defined. **ii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN ..... Error! Bookmark not defined.

BAB II KAJIAN LITERATUR ..... Error! Bookmark not defined.

Komunikasi Pemasaran ..... **Error! Bookmark not defined.**

Strategi Integrated Marketing Communication (IMC) .... **Error! Bookmark not defined.**

Pergeseran Media Komunikasi Kuliner Lokal .. **Error! Bookmark not defined.**

WhatsApp sebagai Alat Komunikasi Personal . **Error! Bookmark not defined.**

Google Maps dan Platform *Online Food* ..... **Error! Bookmark not defined.**

Minat Beli Konsumen ..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN ..... Error! Bookmark not defined.

Jenis Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tempat dan Waktu Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Sumber Data Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Teknik Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

Instrumen Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

Teknik Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

Teknik Keabsahan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **12**

Profil Ayam Bakar Madu Baraya 18 12
Struktur Operasional dan Pengelolaan Komunikasi 12
Profil Informan Penelitian 12
HASIL PENELITIAN 13
Pemanfaatan Saluran Komunikasi Pemasaran (IMC) 13
Direct Marketing via Whatsapp 13
Interactive Marketing via Google Maps dan Online Food 14
Word-of-Mouth dan Identitas Fisik (Plang Toko) 15
Kendala Oprasional dalam Komunikasi Pemasaran 16
Respon dan Minat Beli Konsumen Berdasarkan Model AIDA 16
PEMBAHASAN 17
Analisis Strategi IMC pada Saluran Komunikasi Terbatas 17
Dampak Kendala Oprasional terhadap Minat dan Loyalitas Beli 17
Implikasi Praktis Strategi Komunikasi terhadap Model AIDA 17
BAB V PENUTUP 19
KESIMPULAN 19
SARAN 20
Saran Praktis (Bagi Pelaku Usaha Ayam Bakar Madu Baraya 18) 20
Saran Akademis (Bagi Peneliti Selanjutnya) 21
DAFTAR PUSTAKA ..... Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 24

DAFTAR TABEL

Tabel Informasi Diri Narasumber.....13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Pembeli Pesan Via Whatsapp.....14
Gambar 4.2 Google Maps Ayam Bakar Madu Baraya 18.....15
Gambar 4.3 Lokasi Ayam Bakar Madu Baraya 18 16
Gambar 1 Grabfood Ayam Bakar Madu Baraya 18.....38
Gambar 2 Gofood Ayam Bakar Madu Baraya 18 38
Gambar 3 Shopeefood Ayam Bakar Madu Baraya 18 38
Gambar 4 Ulasan Google Maps Ayam Bakar Madu Baraya 18 38
Gambar 5 Plang Fisik Ayam Bakar Madu Baraya 18 39
Gambar 6 Menu dan Harga Ayam Bakar Madu Baraya 18 39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan Key Informant 24
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan Informan 29
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Informan 32
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Informan 35
Lampiran 5 Gambar Informasi Pendukung 38
Lampiran 6 Hasil Turnitin 40

eng pro.docx

ORIGINALITY REPORT

10%
SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	cdn.juris.id Internet	35 words — 1%
2	Sumiati Tahir, Sudarmi, Hasisa Haruna, Nurhayani, Agung Muliaman Anas. "Transforming the Entrepreneurial Mindset of Generation Z in Utilizing Digital Business Opportunities", International Journal of Applied and Advanced Multidisciplinary Research, 2026 Crossref	34 words — 1%
3	Hanna Górska-Warsewicz, Irena Ozimek, Olena Kulykovets, Julita Szlachciuk. "Trust and Marketing Communication in the Food Industry - Traditional, Modern, and AI-driven Approaches", Routledge, 2026 Publications	24 words — 1%
4	Hurriyati Ratih, Tjahjono Benny, GafarAbdullah Ade, Sulastri, Lisnawati. "Advances in Business, Management and Entrepreneurship", CRC Press, 2020 Publications	24 words — 1%
5	papers.iafor.org Internet	24 words — 1%
6	journalpustaka.com Internet	22 words — 1%
7	tutorsonspot.com Internet	20 words — 1%
8	download.atlantis-press.com Internet	12 words — 1%
9	ejournal.seaninstitute.or.id Internet	11 words — < 1%
10	www.coursehero.com Internet	9 words — < 1%