

**PERIKLANAN  
DI ONE EIGHTY COFFEE AND MUSIC  
BANDUNG**

**TUGAS AKHIR**

**Di Ajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Menempuh Studi Pada  
Program Diploma III**



Oleh :

**MICHELLE AMALIA KOSWARA**  
**201621429**

**JURUSAN HOSPITALITI**

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN TATA HIDANGAN**

**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA  
BANDUNG**

**2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR  
PERIKLANAN DI ONE EIGHTY COFFEE AND MUSIC BANDUNG

NAMA : MICHELLE AMALIA KOSWARA  
NIM : 201621429  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN TATA HIDANGAN  
JURUSAN : HOSPITALITI

Pembimbing I,

Moch. Agus Syada Saefullah, Drs., MM, Par

NIP.19630830 199303 1 001

Pembimbing II,

Sutanto, Dr., M.Ed.

NIP.19560607 198203 1005

Bandung, 10 Februari 2020

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi Akademik dan  
Kemahasiswaan,

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung



Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc

NIP.19710506 199803 1 001

Faisal, MM.Par.,CHE

NIP. 19730706 199503 1 001

## PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : MICHELLE AMALIA KOSWARA  
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 25 April 1999  
NIM : 201621429  
Program Studi : Manajemen Tata Hidangan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:

PERIKLANAN DI ONE EIGHTY COFFEE AND MUSIC BANDUNG

ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.

2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, Januari 2020

Yang  an.

MICHELLE AMALIA

NIM 201621429

## KATA PENGANTAR

Rasa bersyukur dan hormat penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, penyertaan, dan kasihnya dari awal penulisan sampai saat ini, sehingga penulis mendapatkan kelancaran dan kemudahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Penyusunan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada Program Diploma III.

Usulan penelitian yang akan penulis tuliskan berjudul :

**“PERIKLANAN DI *ONE EIGHTY COFFEE AND MUSIC* BANDUNG”.**

Dalam menyusun Tugas Akhir ini penulis mendapat banyak dukungan dari pihapihak. Oleh karna itu, perkenankan penulis menyampaikan rasa berterimakasih kepada:

1. Bapak Faisal Kasim, MM.Par., CHE. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc. selaku Kepala Bagian Akademik dan Kemahasiswaan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
3. Bapak Edison Sitompul , S.sos., MM. Selakku Ketu aJurusan Hospitaliti Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
4. Bapak Dr. Heru Riyadi, MM.Par. selaku Ketua Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
5. Bapak Moch. Agus Syadad Saefullah, Drs.,MM.Par. Selaku pembimbing I penulis yang sudah banyak membantu dan membagikan masukan juga saran dalam penulisan penelitian ini.

6. Bapak Sutanto,Dr.,M.Ed. selaku pembimbing II yang telah meyisihkan waktu kepada penulis juga banyak membeikan gagasan-gagasan baru dalam penulisan penelitian Periklanan di One Eighty Coifee and Music Bandung.
7. Kepada seluruh pihak dari café One Eighty Coffee and Music Bandung yang telah membantu dalam proses penelitian ini.
8. Kepada dosen, staff pengajar, dan staff administrasi di Program Studi Manajemen Tata Hidangan di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
9. Kepada Ibu serta ayah penulis yang selalu menyemangati dan mendoakan penulis, serta kasih yang tulus kepada penulis.
10. Serta kepada segenap pihak yang tidak dapat disebutkan satu- persatu yang telah menolong penulis disaat menyelesaikan penelitian sampai selesai

Penulis senantiasa memiliki kekurangan dan menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini mempunyai banyak kelemahan.Karena itu, penulis dengan lapang dada menerima masukan dari berbagai pihak guna masukan bagi penulis. Akhir kata semoga Usulan Penelitian ini dapat berguna untuk yang membutuhkan nya.

Bandung, Januari 2020

Penulis

# DAFTAR ISI

Halaman

<b><u>KATA PENGANTAR</u></b> .....	i
<b><u>DAFTAR ISI</u></b> .....	iii
<b><u>DAFTAR TABEL</u></b> .....	v
<b><u>DAFTAR GAMBAR</u></b> .....	vi
<b><u>DAFTAR LAMPIRAN</u></b> .....	vii

## **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Metode Penelitian.....	8
E. Objek dan Waktu Penelitian .....	8
F. Populasi dan Sampling.....	9
G. Teknik Pengumpulan Data.....	10
H. Metode Analisis Data.....	12

## **BAB II TINJAUAN UMUM**

A. Sejarah singkat berdirinya One Eighty Coffee And Music Bandung.....	14
B. Lokasi dan fasilitas di One Eighty Coffee And Music Bandung.....	15
C. Struktur organisasi di One Eighty Coffee And Music Bandung.....	16
D. Segmentasi tamu di One Eighty Coffee And Music Bandung.....	19
E. Tinjauan mengenai pesan dalam media periklanan di one Eighty Coffee And Music Bandung.....	25
F. Tinjauan mengenai media dalam periklanan di one Eighty Coffee And Music Bandung.....	41

## **BAB III ANALISIS PERMASALAHAN**

A. analisis terhadap media yang digunakan dalam periklanan di One Eighty Coffee And Music Bandung .....	55
--	----

B. analisis terhadap media yang digunakan dalam periklanan di one Eighty Coffee And Music Bandung .....	62
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. KESIMPULAN.....	68
B. SARAN .....	68
<b><u>DAFTAR PUSTAKA</u></b> .....	70
<b>LAMPIAN</b> .....	71
<b>BIODATA PENULIS</b> .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Kunjungan Tamu Tahun 2018.....	6
2. Jumlah Karyawan One Eighty Coffee And Music Bandung.....	18
3. Segmentasi Geografis Berdasarkan Daerah Asal.....	19
4. Segmentasi Demografis Berdasarkan Jenis Kelamin .....	20
5. Segmentasi Demografis Berdasarkan Umur.....	21
6. Segmentasi Berdasarkan Status Sosial.....	21
7. Segmentasi Psikografis Berdasarkan Motivasi Kunjungan.....	22
8. Segmentasi Psikografis Berdasarkan Sumber Informasi .....	23
9. Segmentasi Psikografis Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	23
10. Data Media Yang Digunakan Dalam Periklanan Oleh One Eighty Coffee And Music.....	24
11. 12 Tipe Pesan Dalam Suhandang.....	26
12. Skor Kuesioner.....	37
13. Data Pendapat Tamu Mengenai Pesan Dalam Media Internet Yang Digunakan Oleh Periklanan Di One Eighty Coffee And Music Bandung Periode Agustus-November.....	39
14. Data Pendapat Tamu Mengenai Pesan Dalam Media Radio 99ers Yang Digunakan Oleh Periklanan Di One Eighty Coffee And Music Bandung Periode Agustus – November.....	40
15. Data Pendapat Tamu Mengenai Media Internet Yang Digunakan Oleh Periklanan Di One Eighty Coffee And Music Bandung Periode Agustus – November.....	52
16. Data Pendapat Tamu Mengenai Media Radio 99ers Yang Digunakan Oleh Periklanan Di One Eighty Coffee And Music Bandung Periode Agustus - November.....	54



## DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Struktur Organisai One Eighty Coffee And Music Bandung.....	17

## LAMPIRAN

LAMPIRAN	halaman
1. Pedoman Wawancara.....	71
2. Surat Pengantar Kuesioner.....	73
3. Pedoman Kuesioner.....	74
4. Biodata Penulis.....	81

## DAFTAR PUSTAKA

- Agil, a. (2016, april 1). *Berbagi Pengetahuan Dan Berita*. Retrieved from agiblogspot: <http://agil-asshofie.blogspot.com/2016/04/fungsi-dan-tujuan-iklan.html>
- Arikunto, S. (2013, april 1). *angket sebagai teknik pengumpulan data*. Retrieved from konsistensi.com: <https://www.konsistensi.com/2013/04/angket-sebagai-teknik-pengumpulan-data.html>
- Hidayat, A. (2012, november 2). *Pengertian dan Penjelasan Penelitian Kuantitatif Lengkap*. Retrieved from statistikian: <https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kuantitatif.html/amp>
- Ilham, M. (2018, january 1). *Pengertian Wawancara Menurut Para Ahli Terlengkap*. Retrieved from materibelajar.co.id: <https://materibelajar.co.id/pengertian-wawancara-menurut-para-ahli/>
- Kotler, P. &. (2012). *Marketing Manajement* . In P. &. Kotler, *Marketing Manajement* . Prentice Hall.
- Kotler, p. a. (2009). *MANAJEMEN PEMASARAN* . Jakarta: erlangga.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. In Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suhadang. (2015, December 12). *Pengertian Periklanan Menurut Para Ahli*. Retrieved from Seputar pengetahuan: <https://www.seputarpengertian.co.id/2015/12/12-pengertian-iklan-menurut-para-ahli-terlengkap.html>
- Suhadang, K. (2015). *Manajemen, kiat , dan Strategi Periklanan*. In K. Suhandang, *Manajemen, kiat , dan Strategi Periklan* (pp. 69-82). Bandung: Penerbit Nuansa.
- Suteja, A. (2014, july 3). *Hakikat Pesan*. Retrieved from Hakikat pesan: <http://amarsuteja.blogspot.com/2014/07/hakikat-pesan-komunikasi.html>
- Yasin, S. (2013, january 1). *Pengertian populasi dan sampling menurut para ahli*. Retrieved from sarjanaku.com: <http://www.sarjanaku.com/2013/01/pengertian-populasi-sampel-dan-sampling.html>