

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Komunikasi Pemasaran Deliwings Express

Komunikasi pemasaran oleh Deliwings Express dilaksanakan dengan tujuan untuk menyampaikan produk kepada khalayak sehingga ada timbul ketertarikan dan minat beli. Deliwings Express melakukan aktivitas komunikasi pemasaran dengan menggunakan media *offline* dan *online*. Komunikasi pemasaran secara *offline* dengan menggunakan media banner yang dipasang di depan pintu masuk akses pemesanan makanan oleh pelanggan. Saat ini di tengah pandemi Covid-19 Deliwings Express fokus pada penjualan yang dilakukan dengan media *online* yaitu melalui aplikasi *online* seperti Go-Food, Grab Food, Maxim, media sosial Instagram, Facebook dan Instagram Ads. Deliwings Express menyampaikan produk yang dijualnya melalui promosi penjualan dengan memberikan diskon kepada pelanggan melalui aplikasi *online*, hal ini dilakukan oleh Deliwings Express dengan aktif mengikuti promo yang diselenggarakan oleh pihak aplikasi *online*.

Komunikasi pemasaran Deliwings Express melalui media sosial Instagram dan Facebook dilakukan dengan unggah konten baik foto, video, dan penjelasan informasi kepada *followers* terkait dengan kegiatan dan produk yang dijual. Deliwings Express juga melakukan iklan secara

berbayar dengan jasa Instagram Ads, diharapkan informasi produk dapat tersebar luas ke pengguna Instagram sehingga dapat menarik calon pelanggan yang baru dan potensial sesuai target market Deliwings Express.

B. Profil Deliwings Express

1. Sejarah Berdirinya Deliwings Express

Deliwings Express berdiri pada tanggal 4 Juni 2019 dengan alamat di Samirono CT 6/206 Catur Tunggal Depok Sleman Yogyakarta. Deliwings Express menjual produk olahan ayam yaitu sayap ayam (*chicken wing*) dan olahan daging ayam (*rice box*) dengan aneka pilihan saos seperti original, barbeque, keju, salted, bolognese. Sejarah awal berdirinya Deliwings Express adalah bermula dari pemilik (*owner*) yang berniat awal untuk membuka bisnis pada bidang *fashion* wanita akan tetapi dikarenakan keterbatasan modal maka beralih ke bisnis kuliner. (Wawancara dengan *owner* Deliwings Express, 27 April 2021).

Pada tahap awal, bulan pertama Deliwings Express penjualan masih mengandalkan pada penjualan secara *offline*, menunggu orderan datang dari pelanggan, mayoritas pelanggan berasal dari teman dan kerabat. Tujuan didirikan usaha Deliwings Express adalah mempunyai satu bisnis sebagai tempat untuk belajar secara langsung dan diharapkan dapat menghasilkan keuntungan (Wawancara dengan *owner* Deliwings Express, 27 April 2021).

2. Logo dan Makna Logo Deliwings Express

Berikut adalah gambar logo dari Deliwings Express:

Gambar 2.1 Logo Deliwings Express



Sumber: Data Dokumentasi, 2021

Deliwings Express menggunakan gambarnya sayap ayam pada logonya. Sayap ayam digunakan pada logo karena makanan utama yang dijual adalah sayap ayam. Terdapat tiga warna yang mendominasi pada logo tersebut yaitu orange, putih dan hitam. Warna orange digunakan karena orange merupakan warna hangat dan ramah yang membuat orang merasa nyaman yang diharapkan dapat menarik pelanggan (Wawancara dengan owner Deliwings Express, 27 April 2021).

Warna putih digunakan karena putih merupakan warna yang menciptakan kesan bersih dan steril yang disesuaikan dengan misi perusahaan untuk selalu menghadirkan makanan dengan cara yang bersih dan steril. Warna hitam pada sisi kiri sayap ayam digunakan untuk memberikan gambaran/kesan cepat untuk melambangkan

kecepatan Deliwings Express dalam menjual makanan. Warna hitam di sekeliling logo digunakan untuk memberikan ketegasan logo yang diharapkan dapat terlihat jelas oleh pelanggan (Wawancara dengan owner Deliwings Express, 27 April 2021).

3. Tagline Deliwings Express

Deliwings Express mempunyai *tagline* “*Chicken Wings for Everyone*” dengan harapan Deliwings dapat diterima oleh banyak orang (Wawancara dengan owner Deliwings Express, 27 April 2021).

4. Visi Misi Deliwings Express

a. Visi

Menghadirkan kedai makanan yang cepat dan efisien dalam pelayanan

b. Misi

Terus berinovasi dan beradaptasi dengan semua hal baru
(Wawancara dengan owner Deliwings Express, 27 April 2021).

5. Struktur Organisasi Deliwings Express

- a. Owner dan Admin IG dan WA = Owner selain melakukan pengawasan terhadap operasional Deliwings Express juga bertugas membuat promo di aplikasi Gojek membuat konten di Instagram dan mengelola keluhan pelanggan jika terdapat keluhan.

- b. Kasir dan Admin IG dan WA = Selain bertugas menjadi kasir untuk menerima pembayaran produk dari pelanggan, kasir juga bertugas membalas DM Instagram dan pesan WhatsApp yang masuk.
- c. Operational dan Chef mempunyai tugas dan bertanggung jawab untuk memastikan kualitas makanan sesuai dengan SOP yang telah dibuat (Wawancara dengan *owner* Deliwings Express, 27 April 2021).

C. Profil Narasumber

Berikut ini adalah daftar dari narasumber penelitian:

Tabel 2.1 Daftar Narasumber Penelitian

No	Nama	Keterangan	Umur	Pendidikan
1	Adisya	<i>Owner</i> Deliwings Express	26 tahun	S1
2	Rika	Konsumen I (Konsumen melalui Go- Food)	22 tahun	S1
3	Antoni	Konsumen II (Konsumen melalui Instagram)	19 tahun	SMA