

BAB II

DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN

A. Subjek Penelitian

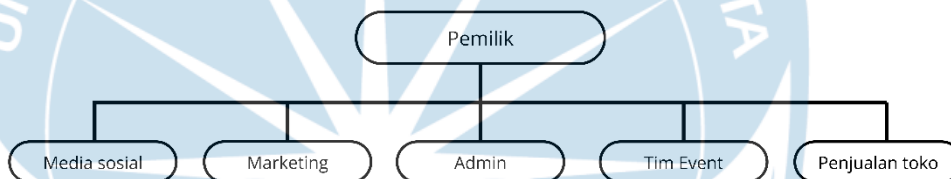
1. Profil Perusahaan *Grill Dirumah*

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari *Grill Dirumah*, pada mulanya pemilik *Grill Dirumah* pada tahun 2020 melihat *trend* yang terjadi yang diakibatkan oleh adanya pandemi COVID-19 yaitu munculnya *grill home service* di Jakarta dan Bandung. Munculnya *trend grill home service* tersebut menjadi pemantik pemilik *Grill Dirumah* untuk melakukan riset apakah di Yogyakarta sudah ada penyedia *grill home service* di Yogyakarta. Dari hasil pencarian pemilik *Grill Dirumah*, ternyata pada saat itu belum ada penyedia paket *grill home service* di Yogyakarta. Dengan adanya hal tersebut, pemilik *Grill Dirumah* semakin terpacu untuk menyediakan paket *grill home service* di Yogyakarta untuk pertama kalinya di tahun 2020 (Komunikasi pribadi melalui *Whatsapp* dengan *Grill Dirumah*, 2024).



Gambar 7 : Logo *Grill Dirumah*
Sumber : dokumen *Grill Dirumah*, 2024

Berdasarkan pemaparan pemilik *Grill Dirumah*, pada mulanya banyak konsumen yang menganggap ini adalah penipuan. Hal tersebut dikarenakan sistem pembayaran *Grill Dirumah* dilakukan dengan transfer karena proses mengirim paket *Grill Dirumah* menggunakan kurir yang sekali jalan sehingga akan menjadi sulit ketika kurir harus kembali ke toko *Grill Dirumah*. Seiring berjalannya waktu konsumen sudah semakin percaya dengan penyedia *grill home service Grill Dirumah* dan terus berjalan hingga saat ini (Komunikasi pribadi melalui *Whatsapp* dengan *Grill Dirumah*, 2024).



Gambar 8 : Struktur perusahaan *Grill Dirumah*

Sumber : dokumen *Grill Dirumah*, 2024

Dalam mengelola bisnis *grill home service*, *Grill Dirumah* memiliki struktur organisasi di dalamnya. Struktur organisasi tersebut terdiri dari pemilik, tim media sosial, tim marketing, admin, tim event, dan penjualan toko. Berdasarkan riset peneliti tim media sosial berjumlah tiga orang, tim marketing dua orang, admin dua orang, tim *event* lima orang, dan penjualan toko dua orang. Dengan struktur organisasi tersebut *Grill Dirumah* dapat beroperasi hingga saat ini. (Komunikasi pribadi melalui *Whatsapp* dengan *Grill Dirumah*, 2024)

2. Menu *Grill Dirumah*

Menu *Grill Dirumah* (Komunikasi pribadi melalui *Whatsapp* dengan *Grill Dirumah*, 2024) saat ini terbagi menjadi menu-menu berikut :

a. Pricelist Tanpa Alat

- Meatlover
- Hebat (Hemat Banget)

b. Pricelist Ala Carte

- Daging (*USA Shortplate*, *Shortplate* lokal, *Wagyu slice*, *saikoro*, *chicken slice*)
- Saus (Kikkoman Bulgogi, Kikkoman Teriyaki, Kikkoman Yakiniiku, Kikkoman Gochujang, Mazoni BBQ, Mazoni Blackpepper)
- Lain-lain (sisis dan bakso)

c. Pricelist Alat Lengkap

- Simple Set
- Combo Set
- Wagyu Set
- Ulti Set

d. Pricelist Menu Terserah

Dalam menu ini pada intinya konsumen dapat memilih bebas *item* apa saja yang akan dimasukkan dalam paket *grill home service* sesuai dengan kebutuhan dan harga yang diinginkan konsumen.

e. Paket Shabu

Paket Shabu termasuk dengan alat dan isian shabu.

3. Visi dan Misi *Grill Dirumah*

Berdasarkan informasi yang didapat dari pemilik *Grill Dirumah*, visi dan misi *Grill Dirumah* sebagai berikut :

- Visi

Menjadi penyedia *grill home service* di Yogyakarta dengan memprioritaskan kenyamanan, kenikmatan, dan kepuasan konsumen dan memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen.

- Misi

1. Mengirim paket *grill home service* dengan cepat
2. Pengoptimalan tidak membebankan biaya ongkir pada konsumen
3. Memprioritaskan kualitas daging dan kebersihan alat

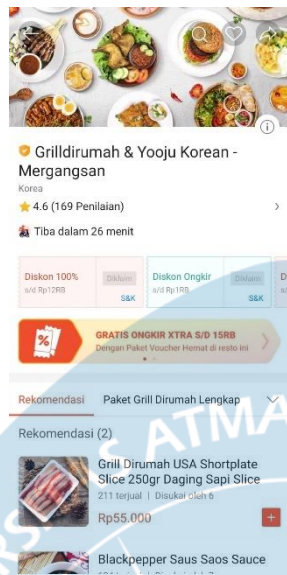
4. Toko *Grill Dirumah*

a. *Offline Store*

Lokasi toko *offline Grill Dirumah* di Pujokusuman MG I/412 Yogyakarta. (Google map : *Grill Dirumah Sewa Alat Grill dan Daging Slice*)

b. *Online Store*

Dalam proses menjangkau konsumen, *Grill Dirumah* menyediakan *online store* yaitu melalui *Shopeefood* dengan nama toko *Grilldirumah & Yooju Korean – Mergangsan*



Gambar 9 : Online Store Grill Dirumah (Shopeefood Grill Dirumah)
Sumber : Shopee, 2024

5. Media Sosial *Grill Dirumah*

a. *Instagram*

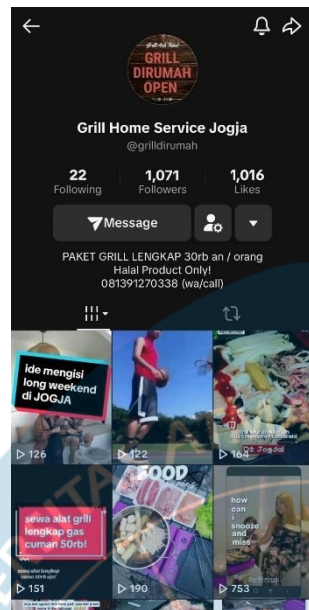
Dalam menyampaikan informasi atau pesan kepada *audience*, *Grill Dirumah* menggunakan *platform Instagram*. Pada 28 Mei 2025 *Instagram Grill Dirumah* memiliki 5.967 pengikut, 5.464 mengikuti, dan 1.438 postingan. *Instagram Grill Dirumah* melakukan posting pertama kali pada 18 April 2020, dan terus aktif menyampaikan informasi mengenai *grill home service* hingga saat ini. *Instagram Grill Dirumah* memiliki nama akun *Grill Dirumah*.



Gambar 10 : Instagram Grill Dirumah
Sumber : Instagram, 2025

b. *TikTok*

Media sosial *TikTok* juga menjadi sarana media dalam menyampaikan informasi kepada *audience* oleh *Grill Dirumah*. Berdasarkan pra-riset dalam penelitian ini, pemilik *Grill Dirumah* menjelaskan bahwa untuk media sosial *TikTok Grill Dirumah* belum optimal, dan masih mengutamakan *platform Instagram* untuk menyampaikan informasi kepada *audience*. Pada 28 Mei 2025, *TikTok Grill Dirumah* memiliki 1.071 pengikut, 1.016 suka, dan 22 mengikuti. *TikTok Grill Dirumah* memiliki nama akun *Grill Home Service Jogja* dengan *username* akun *Grill Dirumah*.



Gambar 11 : TikTok Grill Dirumah
Sumber : TikTok, 2024

c. *Whatsapp*

Dalam berkomunikasi dengan konsumen dan menyampaikan informasi kepada *audience*, *Grill Dirumah* menggunakan *platform whatsapp*. *Platform* tersebut digunakan untuk menerima pesanan paket *grill home service* dan menyampaikan informasi melalui *whatsapp story*. *Whatsapp Grill Dirumah* dengan nomor 0813-9127-0338 menjadi *platform* utama *Grill Dirumah* dalam menerima pesanan dari konsumen.

B. Deskripsi Profil Narasumber

Dalam proses memperoleh data penelitian, penelitian ini memerlukan wawancara untuk memperoleh data. Kriteria subjek penelitian ini adalah narasumber yang relevan dan mengerti informasi mengenai implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Grill Dirumah*. Hal tersebut didasari, penelitian ini memerlukan informasi mengenai

implementasi komunikasi pemasaran *Grill Dirumah*. Dengan adanya kriteria tersebut, peneliti mengerucutkan narasumber menjadi pemilik *Grill Dirumah*, *marketing specialist Grill Dirumah*, dan *social media officer Grill Dirumah*. Pemilihan narasumber tersebut didasari oleh pertimbangan peneliti yang menganggap narasumber tersebut mengetahui mengenai implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Grill Dirumah*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga narasumber dengan deskripsi narasumber sebagai berikut:

1. Narasumber satu dengan nama Vincent Harsanto, berjenis kelamin laki-laki, berusia 32 tahun dengan posisi di *Grill Dirumah* sebagai pemilik *Grill Dirumah*
2. Narasumber dua dengan nama Elizabeth Rena, berjenis kelamin perempuan, berusia 24 tahun dengan posisi di *Grill Dirumah* sebagai *social media officer Grill Dirumah*
3. Narasumber tiga dengan nama Annisa Monti, berjenis kelamin perempuan, berusia 30 tahun dengan posisi di *Grill Dirumah* sebagai *marketing specialist Grill Dirumah*