



**PENGUATAN BRAND BALE RAOS MELALUI
STRATEGI IMC BERBASIS ROYAL HERITAGE
CULTURE DI MASA PEMULIHAN COVID 19
STUDI KASUS : BALE RAOS CASUAL DINING
RESTAURANT YOGYAKARTA**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**OLEH :
SHITA RAHMAWATI
NIM 55220120061**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Shita Rahmawati
NIM : 55220120061
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : Komunikasi Korporasi
Judul Karya Akhir/Tesis : PENGUATAN BRAND BALE RAOS RESTO MELALUI STRATEGI IMC BERBASIS ROYAL HERITAGE CULTURE. STUDI KASUS BALE RAOS CASUAL DINING RESTAURANT YOGYAKARTA

Jakarta, 27 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Dr. Henni Gusfa, M.Si



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : PENGUATAN BRAND BALE RAOS RESTO MELALUI STRATEGI IMC BERBASIS ROYAL HERITAGE CULTURE. STUDI KASUS BALE RAOS CASUAL DINING RESTAURANT YOGYAKARTA

Nama : Shita Rahmawati

NIM : 55220120061

Jenjang Pendidikan : S2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Korporasi

Tanggal : Jakarta, 27 Februari 2023

Jakarta, 27 Februari 2023

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :

Dr. Heri Budianto, M.Si

(.....)

2. Penguji Ahli :

Dr. Afdal Makkuraga, M.Si

(.....)

3. Pembimbing :

Dr. Henni Gusfa, M.Si

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : PENGUATAN BRAND BALE RAOS RESTO MELALUI STRATEGI IMC BERBASIS ROYAL HERITAGE CULTURE. STUDI KASUS BALE RAOS CASUAL DINING RESTAURANT YOGYAKARTA

Nama : Shita Rahmawati

NIM : 55220120061

Jenjang Pendidikan : S2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Komunikasi Korporasi

Tanggal : Jakarta, 27 Februari 2023

Jakarta, 27 Februari 2023

Mengetahui,

4. Ketua Sidang :

Dr. Heri Budianto, M.Si

5. Penguji Ahli :

Dr. Afdal Makkuraga, M.Si

6. Pembimbing :

Dr. Henni Gusfa, M.Si



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Shita Rahmawati
NIM : 55220120061
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : Komunikasi Korporasi
Judul Karya Akhir/Tesis : Penguatan Brand Bale Raos Resto Melalui Strategi IMC Berbasis Royal Heritage Culture. Studi Kasus Bale Raos Casual Dining Restaurant Yogyakarta

Jakarta, 27 Februari 2023

Dosen Pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Henni Gusfa, M.Si

Dekan

Dr. Ahmad Mulyana M.Si

Ketua Program Studi

Dr. Heri Budianto, M.Si

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Shita Rahmawati
NIM : 55220120061
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi-Komunikasi Korporasi

Dengan judul “STRATEGI IMC DAN PENGUATAN BRAND RESTORAN BERBASIS WARISAN BUDAYA KESULTANAN DI MASA PEMULIHAN COVID 19. STUDI KASUS BALE RAOS RESTO YOGYAKARTA” ,telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 15 Februari 2023 ,didapatkan nilai persentase sebesar 15%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Februari 2023
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : PENGUATAN BRAND BALE RAOS RESTO MELALUI STRATEGI IMC BERBASIS ROYAL HERITAGE CULTURE. STUDI KASUS BALE RAOS CASUAL DINING RESTAURANT YOGYAKARTA

Nama : Shita Rahmawati

NIM : 55220120061

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 27 Februari 2023

Meterai Rp 10.000
A 1256AJX024188887

(Shita Rahmawati)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan atas rahmat Allah SWT yang telah memberikan nikmat Iman, Islam dan sehat sehingga dapat menyelesaikan tugas proposal tesis berjudul “ Penguatan Brand Bale Raos Resto Melalui Strategi IMC Berbasis Royal Heritage Culture. Studi Kasus Bale Raos Casual Dining Restaurant Yogyakarta” proposal tesis ini sebagai salah satu persyaratan lulus Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Proposal ini mengkaji tentang model komunikasi pemasaran bisnis hospitality di bidang kuliner yang diharapkan bisa diterapkan di bisnis restoran berbasis warisan budaya kerajaan. Indonesia pernah memiliki 115 kerajaan dan kesultanan yang hadir silih berganti dari sebelum masehi hingga kemerdekaan. Seiring waktu dan peristiwa, kini tersisa lima kesultanan termasuk Kesultanan Yogyakarta Hadiningrat yang memiliki kekayaan kuliner yang melimpah berikut segala cerita, sejarah, proses, yang akan hilang jika tidak dilestarikan. Salah satu caranya dikemas dalam jamuan di restoran.

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa menginspirasi pemerintah untuk menggali lebih dalam potensi wisata sejarah dan kuliner, merestorasi dan melestarikan warisan budaya kerajaan yang masih eksis di Indonesia untuk secara mandiri mampu memelihara asset-asetnya baik tangible maupun intangible agar lestari dan menjadi identitas budaya daerah dan negara Indonesia.

Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dosen Pembimbing Dr. Henni Gusfa. M.Si yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dorongan dan waktu sehingga tesis ini dapat selesai. Juga Dr. Afdal Makkuraga, M.Si dan Dr. Heri Budianto M.Si sebagai penguji atas masukannya.
2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Dr. Heri Budianto, M.Si dan seluruh jajaran dosen, administrator dan seluruh civitas akademika Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

3. Martoyo SH, Manager Restoran Bale Raos Yogyakarta, Prof. DR. Moerdijati Gardjito M.Si Guru Besar Ilmu dan Teknologi Pangan Universitas Gadjah Mada, Peneliti Pusat Studi Pangan UGM dan Maestro Gastronomi Indonesia, Tafridi Huda Nurrochim, S.Par , Analis Pariwisata Dinas Pariwisata Kota Jogja, Riris Purbasari, S.S, M.A Pamong Budaya Ahli Madya Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Dinas Pariwisata Propinsi D.I. Yogyakarta, Asita DK dll.
4. Kedua orang tua tercinta, Drs. H. Soeripto, SW dan Hj. Purwinangsih yang selalu melingkupi penulis dengan doa-doa dan kasih sayang sepanjang hidup.
5. Matahariku, Ashka Rizqi Rahutomo dan duniaku, Muhammad Daffa Rafiecena Rahutomo. Semoga Ibu menjadi contoh yang baik untuk kalian. Juga adik dan kakak tercinta Mas Agung, Tomy, Ninuk, Icha dan seluruh ipar yang baik dan ponakan-ponakan yang menggemaskan.
6. CEO WMP Ir.Tumiyana, MBA dan Hj.Warsini atas segala dukungan, semangat, nasehat dan ilmu kehidupan yang diberikan. Tak mampu Penulis balas kebaikannya di dunia. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat.
7. Seluruh dosen dan kawan-kawan seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi Angkatan 38 Meruya untuk ilmu, persaudaraan dan persahabatannya.

Kesempurnaan hanya milik Tuhan Yang Maha Esa. Penulis sadar masih banyak keterbatasan dalam Menyusun tesis ini. Semoga bermanfaat, memperkaya pengetahuan dan menginspirasi bagi yang membacanya. Terima kasih.

Jakarta, 27/02/2023



Shita Rahmawati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	
1.4.1 Manfaat Akademik	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritik.....	24
2.2.1 Strategi IMC, Penetapan Segmenting Targeting Positioning dan Adopsi Penerimaan Pesan.....	24
2.2.2. Branding dan Penguatan Branding	36
2.2.3. Karakteristik Industri Hospitality dan Specialty Restaurant.....	40
2.2.4. Konsep Restoran Berbasis Royal Heritage Culture.....	43
2.2.5. Added Value Destinasi Wisata yogyakarta.....	44
2.3 Kerangka Berpikir.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1. Objek Penelitian.....	48
3.2. Paradigma Penelitian.....	49
3.3. Jenis dan Metode Penelitian	49
3.4. Sumber Data	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Teknik Analisa Data	55
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	56

BAB IV PEMBAHASAN	58
4.1. Profil Penelitian	58
4.2. Hasil Penelitian.....	64
4.3. Pembahasan.....	113
 BAB V PENUTUP	 138
5.1. Kesimpulan dan Saran	140
Daftar Pustaka.....	143
Lampiran	147



DAFTAR GAMBAR

Ilustrasi 1a :	
Observasi di Restoran Bale Raos.Pengunjung terbagi dua, wisatawan lokal dan wisman...	75
Ilustrasi 1b	
Manager Bale Raos Bp Martoyo, S,H	76
Ilustrasi 2	
Observasi di lapangan peneliti mencoba menu-menu favorit di Bale Raos	78
Ilustrasi 3	
Pakar branding Soebijakto Priosoedarsono lebih dikenal sebagai pak Bi.	90
Ilustrasi 4	
Wawancara dengan Prof. Dr. Moerdijati Gardjit, M.Si pakar Gastronomi Indonesia.....	96
Ilustrasi 5	
Wawancara dengan Bp Huda, dari Dinas Pariswisata Kota Jogja	114
Ilustrasi 6	
Poster Wayang Jogja Night Festival	116
Ilustrasi 7	
Festival Teras Malioboro tahun 2022.....	117
Ilustrasi 8	
Observasi kuliner warisan budaya Keraton Yogyakarta yang disajikan Bale Raos Resto...	118
Ilustrasi 9	
Para influencer dan content creator turut mereview Bale Raos Resto	122
Ilustrasi 10	
Observasi kuliner warisan budaya Keraton Yogyakarta yang disajikan Bale Raos Resto..	123
Ilustrasi 11	
Para content creator,influencer dan selebritis datang sukarela mereview Bale Raos Resto.	124
Ilustrasi 12	
Komunikasi pemasaran yang dilaksanakan media sosial Instagram Bale Raos	125
Ilustrasi 13	
Aneka menu dan harga yang ditawarkan Bale Raos Resto	126
Ilustrasi 14	
Suasana bersantap di Bale Resto di malam hari	126
Ilustrasi 15	
Suasana santap makan malam Korporasi di Bale Raos Resto.....	127
Ilustrasi 16	
Seorang Brand Evangelist memberikan review pengalaman bersantap di Bale Raos.....	129

Foto 17	
Keberadaan Bale Raos Resto ditrack lokasinya melalui Google Map.	129
Foto 18	
Data google terkait jam kunjungan restoran dalam satu pekan	129
Ilustrasi 19	
Salah satu physical evidence Bale Raos terkait ruangan yang luas bersih	131
Ilustrasi 20	
Para frontliners Bale Raos menggunakan busana khas Jawa yaitu kebaya dan kain jarik....	131
Ilustrasi 21	
Gudeg yang dikalengkan untuk dipasarkan ke luar negeri atau sebagai oleh-oleh	132
Ilustrasi 22	
Hasil pemantauan posisi keyword Bale Raos (biru) diantara kompetitor restoran.....	133
Ilustrasi 23	
Proses Adopsi konsumen terhadap produk Bale Raos setelah adanya IMC.....	135

