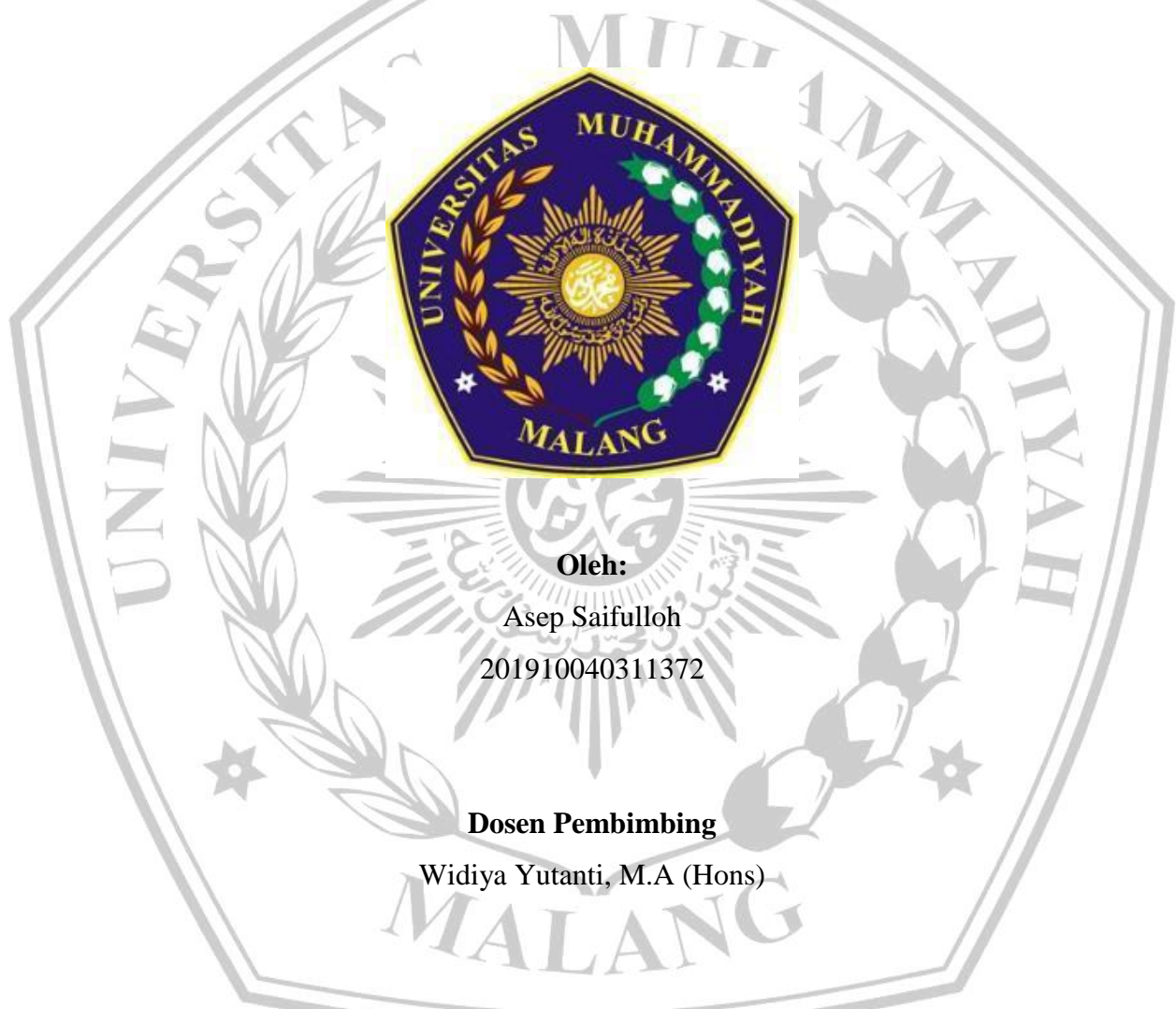


**Strategi Komunikasi Pemasaran Event Pasar Tani Kota Palu dalam Memasarkan Hasil
Pertanian
(Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Malang sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh:

Asep Saifulloh
201910040311372

Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A (Hons)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN EVENT PASAR TANI KOTA PALU
DALAM MEMASARKAN HASIL PERTANIAN
(Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu)**

Diajukan Oleh :

Asep Saifulloh
201910040311372

Telah disetujui
Senin / 15 Juli 2024

Pembimbing I



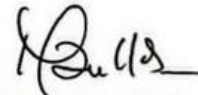
Widiya Yutanti, M.A (Hons)

Wakil Dekan I



Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

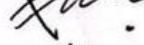


Dipersiapkan dan disusun oleh :

Asep Saifulloh
201910040311372

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Senin, 15 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Frida Kusumastuti, M.Si** ()
2. **Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom** ()
3. **Widiya Yutanti, M.A (Hons)** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Najwa Qudus Al-Farid Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Asep Saifulloh
NIM : 201910040311372
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Event Pasar Tani Kota Palu dalam Memasarkan Hasil Pertanian untuk Bersaing dengan Petani Luar Daerah (Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu)

Disetujui,
Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A, (Hons)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 562 060

Kampus III
Jl. Raya Topomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 319 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VII/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Asep Saifulloh
No. Induk Mahasiswa : 201910040311372
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Event Pasar Tani Kota Palu dalam Memasarkan Hasil Pertanian untuk Bersaing dengan Petani Luar Daerah (Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu)

:

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 4 Juli 2024
Dosen Pembimbing

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)



Kampus I
Jl. Dharma 1, Gedung Jember Timur
P. +62 341 551 251 (Malang)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Beringin, Gedung No.100, Klaten, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Klaten)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Malang)
F. +62 341 400 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VII/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Asep Saifulloh
NIM : 201910040311372
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 10 (Sepuluh) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 4 Juli 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 753 (Hunting)
F. +62 341 551 753

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 591 149 (Hunting)
F. +62 341 591 160

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Strategi Komunikasi Pemasaran Event Pasar Tani Kota Palu dalam Memasarkan Hasil Pertanian untuk
Bersaing dengan Petani Luar Daerah (Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu)

Oleh:

Nama : Asep Saifulloh

NIM : 201910040311372

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 4 Juli 2024
Pembimbing I/Promotor

Widiya Yutanti, M.A. (Hons)

NIP. 10303090396

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Sekeloa Selatan I Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 253 (Pusat)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Firdausy Salam (Tugu) Malang Jawa Timur
P. +62 341 521 546 (Pusat)
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Pusat)
F. +62 341 463 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Acep Saifulloh
NIM : 201910040311372

Hasil Plagiasi : $\frac{10}{7}$ $\frac{10}{7}$ $\frac{11}{7}$ $\frac{11}{7}$

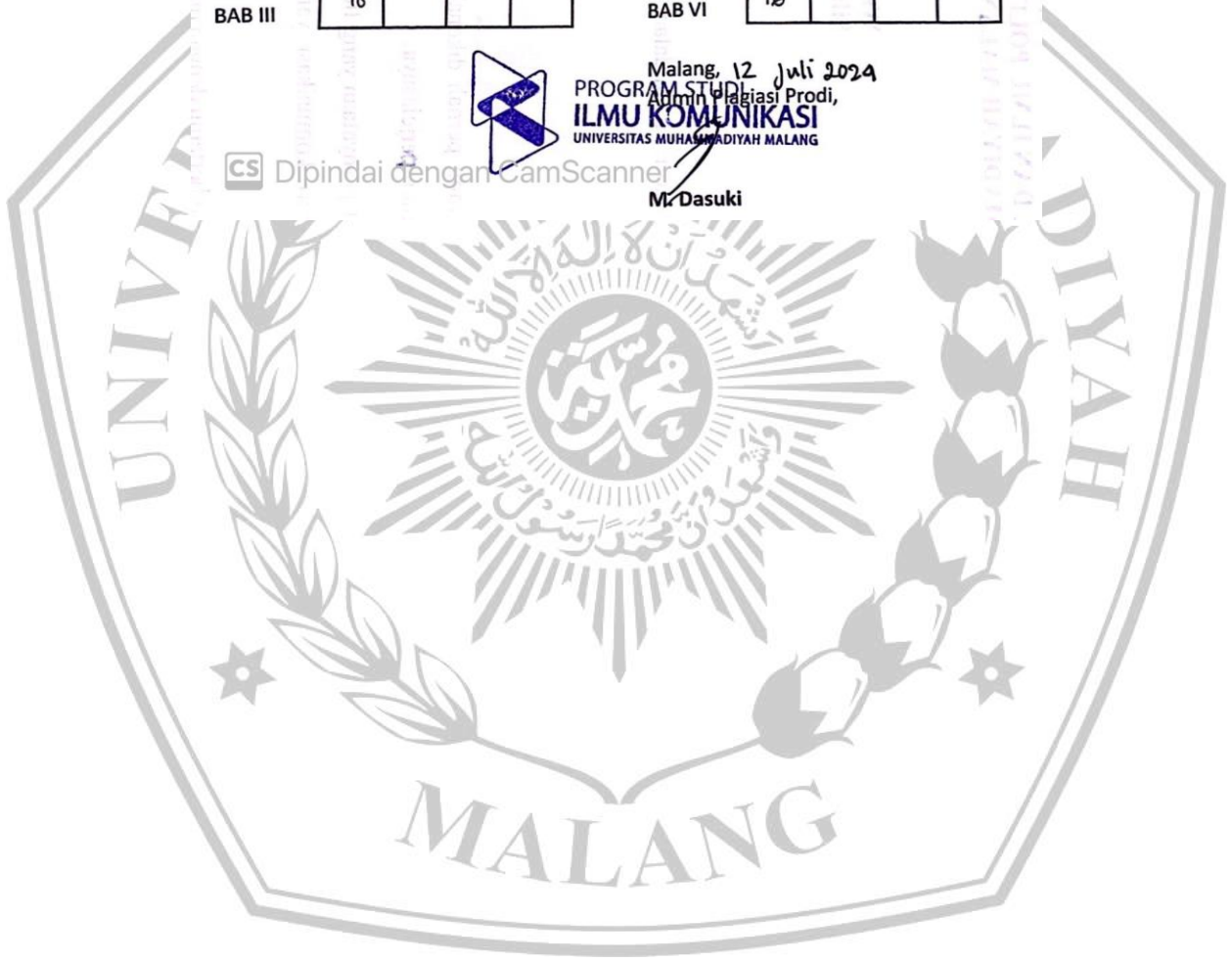
BAB I	20				BAB IV	56	38	19	
BAB II	8				BAB V	10			
BAB III	18				BAB VI	16			



Malang, 12 Juli 2024
PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

CS Dipindai dengan CamScanner

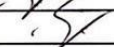
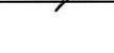
M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Lengkap : Asep Saifulloh
NIM : 201910040311372
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Email & Mobile : asepsaifulloh@webmail.umma.ac.id
Judul Penelitian : Strategi Komunikasi Pemasaran Event Pasar Tani Kota Palu dalam Memasarkan Hasil Pertanian untuk Bersaing dengan Petani Luar Daerah (Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	T. Tangan
5 November 2022	Persetujuan BAB I dan II	
18 Januari 2023	Persetujuan BAB III	
11 November 2023	Persetujuan Penelitian	
25 Maret 2024	Persetujuan BAB IV	
29 Juli 2024	Persetujuan BAB V dan Abstrak	

Malang, 3 Juli 2024
Pembimbing



Widiya Yutanti M.A. (Hons)

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

No	Nama Lengkap	Jurusan/Instansi	NIM
1	Agata Auditya Putra	Ilmu Komunikasi/UMM	201910040311379
2	Siti Aisyah	Ilmu Komunikasi UMM	201710040311105
3	Syahrani Btari Disantana	Ilmu komunikasi/UMM	201810040311058
4	Muhammad Alief Hilman Gaffar	Ilmu Komunikasi/UMM	201910040311137
5	Devinda Amalia Nurazzah	Ilmu Komunikasi/UMM	202010040311554
6	Gagas Akbar Hafidan	Ilmu Komunikasi/UMM	201910040311378
7	Merza Wahyu Islami	Ilmu Komunikasi UMM	201910040311413
8	RAMA	Ilmu Komunikasi/UMM	201910040311402
9	Faisal Hanief Burhani	Ilmu komunikasi/UMM	201910040311400
10	Annisa Sepbrina	Ilmu Komunikasi/UMM	201910040311275
11	M Sabili Fikri	Ilmu Komunikasi/UMM	201910040311415
12	Dimas Bhakti	Ilmu Komunikasi/ UMM	201910040311407

Pembimbing



Widiya Yutanti M.A.
(Hons)

Malang, 3 Juli 2024

Penguji



Aditya Dwi Putra Bhakti,
S.Sn., M.Med.Kom

ABSTRAK

ABSTRAK

ASEP SAIFULLOH. 201910040311372.Strategi Komunikasi Pemasaran Event Pasar Tani Kota Palu dalam Memasarkan Hasil Pertanian untuk Bersaing dengan Petani Luar Daerah (Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu).

Dosen Pembimbing: Widiya Yutanti M.A. (Hons)

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Event Pasar Tani, Dinas Pertanian Kota Palu

Event Pasar Tani merupakan wadah bagi para kelompok tani untuk menawarkan dan menjual bermacam-macam jenis hasil pertanian serta produk olahannya sebagai upaya untuk mendekatkan peluang pasar kepada para petani selain itu juga event pasar tani dapat memudahkan konsumen mendapatkan produk hasil pertanian. Pasar tani sendiri bertujuan untuk memasarkan produk hasil pertanian sambil memberikan dorongan agar masyarakat Palu bisa bersaing dengan pertanian lokal. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan dalam Event Pasar Tani di Kota Palu untuk memasarkan hasil pertanian sehingga dapat bersaing dengan petani luar daerah. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data pada penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Keabsahan data dalam penelitian menggunakan Teknik triangulasi sumber. Adapun Teknik analisis data yang dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi pemasaran dalam bauran komunikasi pemasaran dari Kotler dan Keller, dimana pada hasil penelitian menyatakan bahwa komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Dinas Pertanian Kota Palu dalam memasarkan hasil pertanian untuk bersaing dengan petani luar daerah yaitu: Periklanan dilakukan dengan menggunakan media sosial Instagram dan Facebook yang berisi konten tentang kegiatan event pasar tani Dinas Pertanian Kota Palu. Hubungan masyarakat berupa selalu menjaga kualitas produk yang sesuai SOP, menjaga kepuasan pelanggan dan menjaga keharmonisan kepada masyarakat. Promosi penjualan berupa potongan harga, memamerkan produk unggulan, harga khusus dan pemberian sampel. Pemasaran langsung dilakukan dengan tatap muka dan berinteraksi secara timbal balik dan memudahkan kegiatan promosi. Penjualan pribadi berupa pameran dagang, penyuluhan, tatap muka guna mengetahui respon khalayak dalam kegiatan penjualan pribadi. Adapun komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Pertanian Kota Palu dalam memasarkan hasil pertanian seperti periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan penjualan pribadi yang sering dilakukan dan efektif adalah periklanan dan hubungan masyarakat dapat mempermudah, mengingat dan menyadari akan produk atau merek tersebut.

Menyetujui

Malang, 28 Juni 2024

Dosen pembimbing

Peneliti

Widiya Yutanti M.A. (Hons)

Asep Saifulloh

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh. Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Kami panjatkan puji syukur atas kehadiratNya, sholawat serta salam kami sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Event Pasar Tani Kota Palu dalam Memasarkan Hasil Pertanian untuk Bersaing dengan Petani Luar Daerah (Studi kasus pada Dinas Pertanian Kota Palu). Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari pihak selama proses menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah selalu memberikan kesehatan, rejeki, ketabahan hati dan kemudahan kepada peneliti sehingga bisa bertanggung jawab dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi untuk mendapatkan gelar Sarjana-1 (S1). Semoga ilmu yang telah didapatkan peneliti dapat bermanfaat bagi orang lain.
2. Bapak dan Ibu tercinta, Sanak, dan Sri Warsih, selaku kedua orang tua saya yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas doa, cinta, kepercayaan dan segala bentuk nasehat serta kata-kata yang sering dilontarkan “*kamu pasti bisa, jangan lupa libatkan Allah SWT dalam keadaan apapun. Tetap Semangat*”. Serta tanpa lelah mendengar keluh kesah penulis hingga di titik ini. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan di dunia serta tempat terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi figure orangtua terbaik bagi penulis.
3. Bapak Prof.Dr. Nazaruddin Malik, M.S.i selaku Rektorat Universitas Muhammadiyah Malang. Bapak Prof. H. Muslimin Machmud, M. Si Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMM, Bapak Nasrullah, M. Si selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi UMM.
4. Ibu Widiya Yutanti M.A (Hons) selaku dosen pembimbing saya yang telah sabar membantu, mengarahkan, membimbing, dan meluangkan banyak waktu sehingga saya dapat menyelesaikan dan memperoleh gelar sarjana.

5. Ibu Winda Hardyanti, M.S.i selaku dosen wali yang telah memberikan dukungan dan pengarahan sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir.
6. Bapak/Ibu selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan yang sangat berguna dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
7. Segenap dosen, karyawan, staff Ilmu Komunikasi dan administrasi yang telah memberikan pengetahuan beserta saranya.
8. Kepada teman seperjuangan saya dari awal hingga akhir perkuliahan yang mau menerima saya sebagaimana sikap dan moral saya yaitu: Agata, Alif, Aris, Bay, Iffan, Najih, Rama, Satria, Sabili, Syaharani Btari Disantana, Sarah Ali, Merza, Gagah yang selalu memberikan bantuan dalam hal apapun.
9. Kepada Teman-Teman Fakultas Ilmu Sosial dan Politik angkatan 19 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku perkuliahan. *See you on top, guys.*
10. Dan terima kasih untuk diri sendiri yang tetap bertahan kuat di tengah keterbatasan dalam mengerjakan skripsi ini hingga akhirnya terselesaikan.
11. “Tidak ada mimpi yang gagal yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma sekiranya kalau teman-teman merasa gagal dalam mencapai mimpi jangan khawatir mimpi-mimpi lain bisa diciptakan.” (Windah Basudara)

Akhirnya saya dengan segala keterbatasan dan kekurangan, penulis persembahkan karya tulisan ini. Penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna dalam penulisan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun. Semoga apa yang disajikan dalam karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Malang, 5 Juli 2024

Asep Saifulloh

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR KETERANGAN SIAP DIUJI	iv
LEMBAR KETERANGAN BEBAS KULIAH	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Secara Akademis	4
1.4.2 Secara Praktis	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi Pemasaran	5
2.1.1 Aktivitas Komunikasi Pemasaran	7
2.2 Strategi Komunikasi	8
2.3 Strategi Pemasaran	10
2.3.1 Faktor-faktor strategi pemasaran	11
2.3.2 Indikator Pemasaran	12
2.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	13
2.5 Event	14
2.6 Strategi Komunikasi Program Pemberdayaan Pemerintah Kota Palu	14

2.6.1 Periklanan melalui pameran dan event	15
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Pendekatan Penelitian.....	17
3.2 Jenis Penelitian	17
3.3 Subjek Penelitian.....	18
3.4 Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
3.5 Teknik Pengumpulan Data	19
3.6 Teknik Analisis Data	20
3.7 Uji Keabsahan Data.....	21
BAB IV	25
GAMBARAN UMUM EVENT PASAR TANI.....	25
4.1 Tujuan Penelitian Event Pasar Tani.....	25
4.2 Dinas Pertanian Kota Palu.....	26
4.3 Susunan Tugas, Fungsi dan Struktur Dinas Pertanian Kota Palu	26
4.3.1 Tugas dan Fungsi Dinas Pertanian Kota Palu	26
4.3.2 Struktur organisasi Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan	33
BAB V	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Deskripsi Subjek dan Informan Penelitian.....	34
5.1.1 Struktur Strategi Event Pasar Tani Kota Palu	35
5.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Dinas Pertanian Kota Palu	35
5.2.1 Hasil Penelitian	36
5.2.2 Aktivitas Komunikasi Pemasaran Dinas Pertanian Kota Palu	42
5.3 Pembahasan	54
BAB VI.....	59
PENUTUP.....	59
6.1 Kesimpulan.....	59
6.2 Saran.....	60
6.2.1 Saran Akademis.....	60
6.2.2 Saran Praktis	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR PUSTAKA

- Amam, A., & Rusdiana, S. (2021). Pertanian Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar bebas. *Jurnal Agriovet*, 4(1), 37-68.
- Basrowi & Suwandi. (2009). Memahami penelitian kualitatif. PT. Rineka Cipta
- Danibrata, A. (2011). Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Equity Pada Sebuah Bank Pemerintah di Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13(1), 21-38.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54
- Fauziyah, N. K., & Mahara, A. (2022). Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Bener Meriah dalam Pemasaran Kopi Gayo dan Pemberdayaan Masyarakat. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 3(2), 129-152.
- Haque, Marissa Grace and Iskandar, Ahmad Syarief and Erlangga, Heri and Nurjaya, - and Sunarsi, Denok (2022) "*Strategi Pemasaran: Konsep, Teori dan Implementasi*". Manual. Gramedia e-Book (Pascal Books), Tangerang Selatan.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46.
- Kriyanto, Rachmat. (2012). *Public Relations & Crisis Management (Pendekatan Critical Public Realtions Etnografi Kritis &Kualitatif)*. Jakarta: Kencana
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Lestari, S. P. (2015). Hubungan Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi Pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 139-147.

- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Machmud, Muslimin (2016). *Tuntunan penulisan tugas akhir berdasarkan prinsip dasar penelitian ilmiah*. Malang: Selaras Media Kreasindo,.
- Mardiyanto, D., & Giarti, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(01).
- Matondang, Z. (2009). Validitas dan reliabilitas suatu instrumen penelitian. *Jurnal tabularasa*, 6(1), 87-97.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- Nasution (1996). *Metode Penelitian Kualitatif Naturalistik*. Jakarta: Sinar Grafika
- Putri, Y. A. (2020). Peran Komunikasi Pemasaran Dalam Mempertahankan Konsumen Di Sandang Mas Indonesia. *Network Media*, 3(2), 77-81.
- Rahma, A. (2018). Event sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi pemasaran produk fashion nasional (event tahunan Jakcloth). Nyimak: *Journal of Communication*, 1(2), 149-169.
- Rahmadi, Ipin, and Dewi Quraisyin. (2015). "Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Di Media Radio Segara Fm Bangkalan." *Jurnal Komunikasi Trunojoyo*, vol. 9, no. 1. 83-94.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. Alhadharah: *Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Rimayanti, R., Ruhayat, R., & Rasib, A. (2019). Manajemen Humas dalam Memelihara Citra Perusahaan. *Reputation: Jurnal Hubungan Masyarakat*, 2(1), 21-40.

- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1)
- Satryana, M. H., & Karmini, N. L. (2016). Analisis daya saing ekspor teh Indonesia ke pasar ASEAN Periode 2004-2013. *E-jurnal ekonomi pembangunan universitas udayana*, 5(5), 165172.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *A. JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).
- Sihombing, A., Silalahi, R. H., & Agung, U. D. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Petani Kopi Di Desa. *Jurnal Governance Opinion*, 6, 200–208.
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Sjawal, B. P., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Kafe (Studi Kasus pada Konsumen Blen.co Cafe Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3).
- Katrin, Likein.id. (2022, September). Hindari Permainan Harga Pasar Tani Bantu Petani Lokal Palu Naik Kelas. Diakses pada 2 Desember 2022, dari <https://likein.id/story/hindari-permainan-harga-pasar-tani-bantu-petani-lokal-palu-naik-kelas-16179>
- Ridwan, Mohammad. (2022, 8 September). Pemkot Palu dorong penguatan produk pertanian lewat pasar tani. *Antara News Sulteng*. Diakses pada 2 Desember 2022, dari <https://sulteng.antarane.ws.com/berita/254489/pemkot-palu-dorong-penguatan-produk-pertanian-lewat-pasar-tani>
- Sultengraya.com. (2022, 9 September). Pasar Tani, Ajang Distanketapang Palu Promosi Produk Pertanian Lokal. Diakses pada 2 Desember 2022, dari

<https://sultengraya.com/read/140465/pasar-tani-ajang-distanketapang-palu-promosi-produk-pertanian-lokal/>

