

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAS PODJOK
COFFEE AND EATERY DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
TERHADAP KONSUMEN**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Muhammad Denny Irza Maulana

20160530057

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

2022

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAS PODJOK
COFFEE AND EATERY DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
TERHADAP KONSUMEN**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Disusun Oleh:

Muhammad Denny Irza Maulana

20160530057

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

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Denny Irza Maulana

NIM : 20160530057

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi dengan judul “ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAS PODJOK DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS TERHADAP KONSUMEN” merupakan hasil karya saya sendiri, semua sumber dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan secara benar dan jelas. Penelitian ini sebenarnya telah dilakukan dan dapat dipertanggungjawabkan. Apabila dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa skripsi saya adalah hasil plagiarisme dan karya orang lain, maka saya bersedia mendapatkan sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis,



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow postage stamp. The stamp is a 1000 Rupiah meter stamp with the Garuda Pancasila logo and the text 'METERAI TEMPEL' and '83662AKX273167792'.

Muhammad Denny Irza Maulana

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada pihak-pihak yang telah mendukung peneliti untuk menyelesaikan ini, sebab tanpa doa dan dukungan mereka peneliti tidak dapat menyelesaikan skripsi ini. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan karunia serta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1).
2. Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam yang telah menjadi tuntunan dalam hidup dan pemberi syafa'at di yaumul akhir kelak, aamiin ya rabbal alamin.
3. Kedua Orang Tua saya, Bapak Alm. Ronny Bigman Baruno dan Ibu Sukuriyati Susilo Dewi yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan, bimbingan, dorongan semangat, nasehat serta mendoakan untuk keberhasilan saya yang tiada hentinya hingga saat ini. Terima kasih atas segala perhatian yang telah diberikan sehingga saya bisa mencapai pada titik ini.
4. Kedua Kakak saya, Deanny Annisa Nurmalitasari dan Isabella Sabhrina Nurmanadya yang telah memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi dan menjadi role model bagi saya untuk lebih baik lagi.

5. Kedua Kakek dan Nenek saya dari keluarga Alm. Bapak saya, Alm. Eyang Kakung Imam Soedono dan Alm. Eyang Putri Chutiyah yang selalu menyemangati saya dan memberikan dukungan kepada saya.
6. Kedua Kakek dan Nenek saya dari keluarga Ibu saya, Alm. Eyang Kakung Soebakdi Soesilo Widagdo dan Alm. Eyang Putri Soesilowati Soebakdi yang selalu memberikan dukungan dan menyemangati saya.
7. Seluruh keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah mendoakan untuk keberhasilan saya dan memberikan motivasi kepada saya.
8. Teman saya Ihza Yuda Mahendra, Wildan Darmawan, Reka Priatama Iriyanto, Septian Dwi Kurniawan, dan Mahadika Muhammad Akbar yang telah membantu proses pengerjaan skripsi saya.
9. Sahabat saya Narendra Ayodya Jodi yang sudah saya anggap sebagai saudara saya sendiri, dan sudah meluangkan waktunya untuk mengingatkan menyelesaikan kewajiban saya
10. Seluruh teman-teman ilmu komunikasi angkatan 2016, terima kasih telah memberikan segala kenangan indah selama masa perkuliahan. Sukses selalu untuk semua teman-teman Ilmu Komunikasi 2016.
11. Kopine Eyang sebagai tempat untuk menemani skripsi saya mulai dari awal hingga skripsi ini selesai.
12. Ganang Sapta Aji selaku Owner Pas Podjok dan seluruh pegawai Pas Podjok, terima kasih karena memperbolehkan saya untuk melakukan penelitian dan

dibantu dengan maksimal. Semoga kedepannya Pas Podjok bisa menjadi Coffee shop yang lebih maju lagi.

13. Bapak Nur Setiawan dan Ibu Warnaningsih yang telah mendoakan saya dan memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi saya.
14. Naraeswari Dewi Setiawan selaku partner yang selalu ada dan sebagai tempat cerita keluh kesah saya selama mengerjakan skripsi ini.
15. Untuk yang terakhir saya mau berterima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan sampai pada titik ini, terima kasih sudah menjadi orang yang kuat, terima kasih sudah menjadi orang yang mandiri, dan terima kasih sudah bisa memenuhi bagian kecil dari keinginan Bapak dan Mama.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca, penelitian selanjutnya dan Almamater Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

MOTTO

“DUNIA INI HANYA DICIPTAKAN BAGI MANUSIA-MANUSIA YANG KUAT”

“MIMPIKAN, PIKIRKAN, UCAPKAN, LAKUKAN, KONSISTEN”

**“DIBALIK SEGALA PENCAPAIAN YANG KITA MILIKI SEMASA HIDUP
INI, TERDAPAT SATU DOA DARI ORANG TUA KITAYANG
DIKABULKAN”**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur ke hadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia dan kasih-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PAS PODJOK COFFEE AND EATERY DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS TERHADAP KONSUMEN**. Skripsi ini merupakan tugas akhir peneliti guna melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan juga sebagai dosen ketua pembimbing I saya serta dosen penguji I saya yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan kritik beserta saran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA, M.A., selaku dosen pembimbing II saya dan dosen penguji II saya yang telah bersedia meluangkan waktu untuk

membimbing, mengarahkan, dan memberikan kritik beserta saran dalam penyusunan skripsi ini.

3. Zein Mufarrih M., S.IP, M.I.Kom., selaku dosen penguji III saya yang selalu memberikan kritik dan saran yang membangun.
4. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti selama masa perkuliahan.
5. Seluruh staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Pak Jono, Pak Muryadi, Mbak Siti, Pak Yuni, dan Mas Yuli yang telah banyak membantu dalam proses administrasi selama proses perkuliahan.
6. Seluruh pihak yang membantu dan mendukung hingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Akhir kata semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala merahmati penulisan penelitian ini dan semoga penelitian ini dapat dijadikan referensi yang bermanfaat untuk adik-adik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terutama Jurusan Ilmu Komunikasi, terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 26 November 2022



Muhammad Denny Irza Maulana

DAFTAR ISI

JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16

1. Manfaat Teoritis	16
2. Manfaat Praktis.....	16
E. Kerangka Teori.....	17
KOMUNIKASI PEMASARAN	17
1. Mengidentifikasi Audiens Sasaran	17
2. Menentukan Tujuan Komunikasi	18
3. Merancang Pesan.....	21
4. Memilih Saluran Komunikasi	23
5. Mengalokasikan Total Anggaran Promosi	24
6. Memutuskan Mengenai Bauran Promosi	26
7. Mengukur Hasil Promosi.....	30
8. Mengatur dan Mengelola Komunikasi Pemasaran yang Terintegrasi.....	31
F. Metode Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Objek Penelitian	34
3. Sumber Data Penelitian	34
4. Teknik Pengumpulan Data	35
5. Teknik Analisis Data	37
6. Uji Validitas Data.....	40

G. Sistematika Penulisan.....	42
1. BAB I PENDAHULUAN	42
2. BAB II GAMBARAN OBYEK PENELITIAN.....	43
3. BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	43
4. BAB IV PENUTUPAN.....	43
BAB II	44
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	44
A. Profil Pas Podjok Coffee and Eatery	44
B. Visi & Misi Pas Podjok Coffee and Eatery	46
C. Tujuan Pas Podjok Coffee and Eatery	47
D. Logo Pas Podjok Coffee and Eatery	48
E. Struktur Perusahaan Pas Podjok Coffee and Eatery	48
F. Simbol Pas Podjok Coffee and Eatery	52
BAB III.....	53
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	53
PERENCANAAN PEMASARAN PAS PODJOK COFFEE AND EATERY.....	53
1. Mengidentifikasi Target Sasaran Pemasaran	53
2. Menentukan Tujuan Komunikasi	57
3. Merancang Pesan Pemasaran	59

4. Memilih Saluran Komunikasi	71
5. Menetapkan Total Anggaran Promosi.....	73
6. Memutuskan Tentang Bauran Promosi	75
7. Mengukur Hasil Promosi.....	100
8. Mengatur dan Mengelola Komunikasi Pemasaran yang Terintegrasi.....	103
BAB IV	105
PENUTUP	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Google Maps jarak antara ISI dengan coffee shop Pas Podjok Coffee and Eatery.....	6
Gambar 1. 2 Tampilan Profil Instagram Pas Podjok Coffee and Eatery.....	13
Gambar 1. 3 Proses perubahan AIDMA ke AISAS	22
Gambar 2. 1 Logo Pas Podjok Coffee and Eatery.....	48
Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan Pas Podjok Coffee and Eatery.....	48
Gambar 2. 3 Pattern Pas Podjok.....	52
Gambar 3. 1 Bar Pas Podjok Coffee and Eatery	60
Gambar 3. 2 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	61
Gambar 3. 3 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	62
Gambar 3. 4 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	63
Gambar 3. 5 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	64
Gambar 3. 6 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	65
Gambar 3. 7 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	66
Gambar 3. 8 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	67
Gambar 3. 9 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	68
Gambar 3. 10 Konten Pas Podjok Coffee and Eatery	69
Gambar 3. 11 Profil Instagram @paspodjok.....	71
Gambar 3. 12 Papan Nama Pas Podjok Coffee and Eatery.....	76
Gambar 3. 13 Canopy Kain Pas Podjok Coffee and Eatery	77
Gambar 3. 14 Seragam Karyawan Pas Podjok Coffee and Eatery.....	78

Gambar 3. 15 Ornamen Pas Podjok Coffee and Eatery	79
Gambar 3. 16 Patung Pas Podjok Coffee and Eatery	80
Gambar 3. 17 Sticker Ornamen Pas Podjok Coffee and Eatery	81
Gambar 3. 18 Kemasan Produk Pas Podjok Coffee and Eatery	82
Gambar 3. 19 Tas Member Konsumen Pas Podjok Coffee and Eatery	83
Gambar 3. 20 Komunitas Queen Lekha Choppers (QLC).....	85
Gambar 3. 21 Komunitas Graffiti Yogyakarta.....	86
Gambar 3. 22 Event #artandtastematter	88
Gambar 3. 23 Event Sketch Jam	89
Gambar 3. 24 Weekend Sneakers Market.....	90
Gambar 3. 25 Event Jogja Home Coming	91
Gambar 3. 26 Jogja Coffee Event	92
Gambar 3. 27 Event Pamungkas Flying Solo Tour.....	93
Gambar 3. 28 Event Go Skateboarding Day.....	94
Gambar 3. 29 Event Representasi	95
Gambar 3. 30 Social Media Plan Pas Podjok Coffee and Eatery.....	97
Gambar 3. 31 Google Review Pas Podjok Coffee and Eatery	99
Gambar 3. 32 Insight Instagram Pas Podjok Coffee and Eatery.....	100
Gambar 3. 33 Instagram Plan Pas Podjok Coffee and Eatery.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar beberapa coffee shop yang juga mengangkat tema seni dengan menggunakan Instagram sebagai media promosi.	14
--	----