

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* (STUDI KASUS HAYATI SPECIALITY COFFE PERIODE TAHUN 2020 – 2021)

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

Rakan Yuris Al Fatah (20180530062)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rakan Yuris Al Fatah

Nomor Mahasiswa : 20180530062

Jurusan/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/*Public Relations*

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi

**“Strategi Marketing Public Relations dalam Membangun Brand Awareness
(Studi Kasus Hayati Speciality Coffee Periode Tahun 2020-2021)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dan tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun perguruan tinggi lainnya. Dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya, ide, dan pendapat orang lain terkecuali yang tertulis jelas dalam referensi yang digunakan dan tercantum dalam Daftar Pustaka, dengan disebutkan nama dan sumber dengan jelas.

Pernyataan ini dibuat oleh saya selaku penulis skripsi ini dengan sesungguhnya dan tidak terdapat paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari terdapat ketidaksesuaian dengan adanya pernyataan ini, maka saya selaku penulis skripsi ini bersedia menerima sanksi akademik dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 April 2022



Rakan Yuris Al Fatah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah *rabbi' alamin*, segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya yang tak terhingga sehingga saya selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Analisis Aktivitas Marketing Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness* (Studi Kasus Hayati Speciality Coffe Periode Tahun 2020 – 2021) ini dengan baik.

Saya selaku penulis skripsi ini mengucapkan banyak terima kasih yang sedalam-dalamnya atas dukungan dan doa serta bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Ucapan terima kasih ini penulis ucapkan kepada:

1. Allah SWT, karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan hati yang tenang.
2. Rasulullah SAW, karena berkat Nabi Muhammad SAW penulis dapat menikmati zaman penuh ilmu dan merasakan berkah ilmu pengetahuan ini.
3. Orang tua penulis, Ibu Astri Wikendari, SE dan Bapak Gunawan, SH yang telah memberikan dukungan tanpa henti, selalu mendoakan dan memberikan kata semangat sehingga penulis dapat tetap semangat dalam menyelesaikan kuliah sarjana ini.
4. Teruntuk Bapak Taufiqurrahman, Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, ide, semangat, dan dukungan serta ilmu – ilmu yang bermanfaat.
5. Teruntuk Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si dan Ibu Dr. Adhianty Nurjanah, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji yang telah membantu penulis memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Yustika F.R selaku saudara kandung, yang senantiasa membantu dan menjadi teman diskusi penulis dengan baik.
7. “Pemuja Rahasia” Fauzie, Panji, Bayu, Hanif (Kuncoro), selaku sahabat dan teman dekat penulis sejak smp. Terima kasih sudah menjadi support system yang begitu berarti bagi penulis.
8. Kepada Hani, Annisa, Arriyan, Putra, Tiwi, dan Febri yang telah menjadi teman diskusi tentang kehidupan perkuliahan serta penelitian skripsi. Terima kasih sudah menjadi teman yang begitu baik bagi penulis

9. Kepada teman dekat penulis Martia yang selalu mendengarkan naik turun sekaligus keluh kesah penulis dalam mengerjakan penelitian. Terima kasih untuk selalu memberikan kritik dan saran untuk penulis.
10. Terakhir, kepada diri saya sendiri. Terima kasih sudah selalu kuat menerima dan menyadari kelebihan dan kekurangan serta selalu percaya diri dalam melewati banyak hal sampai titik ini, semoga semangat yang ada akan selalu ada dan tidak pudar.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih setulus – tulusnya kepada pihak yang telah disebutkan diatas ataupun kepada pihak yang belum disebutkan Namanya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan anda semua. Dalam penulisan penelitian ini, penulis menyadari kekurangan namun penulis tetap berharap penelitian ini dapat berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi yang lainnya.

MOTTO

وَقُلْ رَبِّ أَنْزِلْنِي مُنْزَلًا مُبَارَكًا وَأَنْتَ خَيْرُ الْمُنْزِلِينَ

Artinya: Dan berdoalah: Ya Tuhanku, tempatkanlah aku pada tempat yang diberkati, dan Engkau adalah sebaik-baik Yang memberi tempat".

(Qs. Al-Mu'minun 29)

"Don't let the noise of others' opinions drown out your own inner voice."

(Steve Jobs)

"Dalam hidup, ada hal yang bisa datang dengan sendirinya, dan ada hal yang harus diperjuangkan dahulu untuk mendapatkannya"

(5cm)

"Kerjain aja dulu, nanti juga ada inspirasinya"

(Rakan Y.A.F)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr wb, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dankarunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat Islam kepada zaman penuh dengan ilmu. Sehingga penulis dapat merasakan keberkahan ilmu pengetahuan yang melimpah.

Perkembangan Coffee Shop Industry memicu para brand untuk menggunakan stratei yang tepat dalam branding dan membangun brand awareness. Hayati Speciality Coffee adalah salah satu brand coffee shop yang hadir di Yogyakarta untuk menghadirkan coffee shop yang speciality dibidang kopi.

Skripsi yang berjudul “Strategi Marketing Public Relations dalam Membangun Brand Awareness” dengan objek penelitian Hayati Speciality Coffee periode tahun 2020-2021 merupakan karya tulis ilmiah yang diharapkan mampu menjabarkan informasi terkait Strategi Marketing Public Relations yang dilakukan oleh sebuah Coffee shop dalam membangun brand awareness. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai hal tersebut kepada masyarakat dan kemudian dapat digunakan untuk kepentingan akademik di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 16 April 2022



Rakan Yuris Al Fatah

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	7
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.....	9
ABSTRAK.....	9
BAB I.....	11
PENDAHULUAN.....	11
A. Latar Belakang Masalah.....	11
B. Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	15
C. Rumusan Masalah.....	17
D. Tujuan Penelitian.....	17
E. Manfaat Penelitian.....	17
1. Manfaat Akademis.....	17
2. Manfaat Praktis/Empiris.....	17
F. Tinjauan Pustaka.....	18
a. Strategi Public Relations.....	18
b. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	18
i. <i>Push Strategy</i>	20
iii. <i>Pass Strategy</i>	21
c. <i>Brand awareness</i>	23
G. Metodologi Penelitian.....	26
a. Jenis Penelitian.....	26
b. Objek Penelitian.....	27
c. Subjek Penelitian.....	27
d. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
H. Teknik Pemilihan Informan.....	28
I. Teknik Pengumpulan data.....	29
a. Observasi Non Partisipasi.....	29
b. Wawancara.....	29
c. Dokumentasi.....	30
d. Studi Kepustakaan Akademis.....	31
e. Pengambilan Data Online.....	31

J.	Sumber Data	31
a.	Data Primer	31
b.	Data Sekunder	32
K.	Teknik Analisis Data	32
L.	Uji Validitas Data	33
M.	Sistematika Penulisan	34
BAB II	35
	GAMBARAN OBYEK PENELITIAN <i>COFFEE SHOP HAYATI SPECIALITY COFFEE</i>	35
A.	Profil Hayati Speciality Coffee	35
a.	Sejarah dan perkembangan	35
b.	Lokasi	35
c.	Visi dan misi Hayati Speciality Coffee	36
d.	Struktur Organisasi Hayati Speciality	37
e.	Produk dan Menu Hayati Speciality Coffee	37
BAB III	52
	SAJIAN DAN ANALISIS DATA	52
1.	SAJIAN DATA	54
a.	<i>Pull Strategy</i>	55
b.	<i>Push Strategy</i>	60
c.	<i>Pass Strategy</i>	62
d.	<i>Tanggapan dari Customer terhadap Brand Awareness</i>	64
2.	ANALISIS DATA	67
a.	Analisis Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> , berdasarkan Pihak Internal (General Manager dan Supervisor) Hayati Speciality Coffee	67
b.	Analisis aktivitas dari <i>Marketing Public Relations</i> melalui <i>Three Ways Strategy</i> yang dilakukan oleh Hayati Speciality Coffee yang berdampak pada pembangunan <i>Brand Awareness</i>	68
BAB IV	74
	KESIMPULAN DAN SARAN	74
1.	KESIMPULAN	74
2.	SARAN	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	78
1. INTERVIEW GUIDE	78
2. TRANSKIP WAWANCARA BESERTA ANALISIS	3

DAFTAR GAMBAR

BAB I

Figure 1 Prediksi Perkembangan Kopi Nasional	11
Figure 2 Olahan peneliti terhadap Engagement akun Instagram Hayati Speciality Coffee menggunakan tools Instagram Bernama Virol.co	13
Figure 3 Data yang menunjukkan engagement rate tinggi	13
Figure 4 Post yang memiliki engagement rate tinggi	14
Figure 5 “Brand Awareness Pyramid”	25

BAB II

Figure 6 lokasi Hayati Speciality Coffee	36
Figure 7 visi dan misi	36
Figure 8 Struktur Organisasi Hayati Speciality Coffee	37
Figure 9 Struktur Organisasi Hayati Speciality Coffee	37
Figure 10 Impression Card	37
Figure 11 Menu Black and White	38
Figure 12 Menu Coffee Mocktails	39
Figure 13 Menu Coffee Based	41
Figure 14 Menu Non-Coffee	42
Figure 15 Menu Tea Cocktails	43
Figure 16 Menu Finger Food	44
Figure 17 Menu Snack	45
Figure 18 Menu Healthy Food	46
Figure 19 Menu Ricw Bowl	47
Figure 20 Menu All Day Breakfast	48
Figure 21 Menu Main Course	49

Figure 22 Menu Roasted Bean.....	51
-----------------------------------------	----

BAB III

Figure 23 Interaksi dengan Instagram.....	55
Figure 24 Interaksi dengan audience	56
Figure 25 Display Product.....	56
Figure 26 Display Product 2	57
Figure 27 Impression Card.....	58
Figure 28 Impression Card.....	59
Figure 29 "Pull Strategy"	61
Figure 30 Promo PPKM.....	62
Figure 31 "Edukasi Kopi"	63
Figure 32 "Edukasi Kopi"	64