

**STRATEGI INTEGRATED MARKETING  
COMMUNICATION PADA PAN&CO GALAXY MALL 3  
SURABAYA DALAM MEMBANGUN BRAND  
AWARENESS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh:

**Raihan Bramanta Aji**

**1151900193**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

**2022**

**STRATEGI INTEGRATED MARKETING  
COMMUNICATION PADA PAN & CO GALAXY MALL 3  
SURABAYA DALAM MEMBANGUN BRAND  
AWARENESS**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik**

**Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**Raihan Bramanta Aji**

**1151900193**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Raihan Bramanta Aji  
NBI : 1151900193  
Judul : Strategi Integrated Marketing Communication Pada  
Pan & Co Galaxy Mall 3 Surabaya Dalam  
Membangun Brand Awareness

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.  
NPP. 20120.87.0103

Surabaya,  
Disetujui Oleh Dosen  
Pembimbing



Bagus Cahyo Shah Adhi  
Pradana, S. Sos., M. Med.

Kom  
NPP. 20150180777

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana :

Dewan Penguji


1. Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.  
Sos., M. Med. Kom  
Ketua

(  )

2. Mohammad Insan Romadhan,  
S.I.Kom., M. Med. Kom  
Anggota

(  )

3. Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int.,  
Ma  
Anggota

(  )

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan,



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

(  )

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raihan Bramanta Aji  
NBI : 1151900193  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Strategi Integrated Marketing Communication Pada  
Pan & Co Galaxy Mall 3 Surabaya Dalam Membangun  
Brand Awareness

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya,  
Yang Membuat Pernyataan



**Raihan Bramanta Aji**  
**NBI. 1151900193**



UNIVERSITAS  
**17 AGUSTUS 1945**  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL. SEMOLOWARU 45  
SURABAYATLP. 031 593 1800  
(EX 311)  
EMAIL: PERPUS@UNTAG-  
SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raihan Bramanta Aji  
NBI : 1151900193  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

**“Strategi Integrated Marketing Communication Pada Pan & Co Galaxy Mall 3 Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 27 Juni 2023



Yang Menyatakan,

Raihan Bramanta Aji  
NBI. 1151900193

## ABSTRAK

Kafe saat ini makin banyak bermunculan dan menjadi bisnis favorit bagi pengusaha yang bergerak di bidang kuliner. Kafe sudah menjadi budaya anak-anak muda hingga orang dewasa. Kafe membawa perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia untuk menghabiskan waktunya di kafe. Fenomena ini dapat dilihat dari maraknya kemunculan berbagai macam kafe. Dengan perkembangan zaman semakin maju, di dunia bisnis kafe memerlukan pemasaran terpadu melalui sebuah komunikasi yang efektif dapat membentuk kesadaran merek. Pan&Co kafe bertema jepang menyediakan menu yang unik resmi berdiri pada tahun 2020 di saat pandemi Covid-19, yang artinya kondisi seperti itu mengharuskan Pan&Co mengeluarkan strategi Integrated Marketing Communication untuk membangun brand awareness nya untuk mempertahankan bisnis dan dapat bersaing dengan kafe lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi integrated marketing communication pada Pan&Co dan mengetahui bagaimana proses Pan&Co dalam membentuk brand awareness. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian Studi Kasus, menjelaskan serta menguraikan dan menggambarkan permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini, dengan Teknik pengumpulan data penelitian didapatkan dengan cara wawancara kepada pihak manajemen Pan&Co, observasi tempat dan juga mengambil dokumentasi. Setelah penelitian telah dilangsungkan, diketahui bahwa Pan n Co menggunakan metode promotional mix yang diintegrasikan yaitu Advertising, Direct Marketing, Internet Marketing, Sales Promotional, Personal Selling, dan Public Relations untuk membentuk brand awareness kepada konsumen.

**Kata Kunci: Integrated Marketing Communication, Brand Awareness, Food&Beverages, Bauran Komunikasi Pemasaran**

## ABSTRACT

*Cafes are currently popping up more and more and are a favorite business for entrepreneurs engaged in the culinary field. Cafes have become a culture of young children to adults. Cafes bring changes in the lifestyle of Indonesian people to spend time in cafes. This phenomenon can be seen from the rise of various kinds of cafes. With the increasingly advanced times, in the world of cafe business requires integrated marketing through an effective communication can form brand awareness. Pan&Co Japanese-themed cafe providing a unique menu was officially established in 2020 during the Covid-19 pandemic, which means that conditions like this require Pan&Co to issue an Integrated Marketing Communication strategy to build its brand awareness to maintain business and be able to compete with other cafes. The purpose of this study is to find out how the integrated marketing communication strategy is at Pan&Co and find out how Pan&Co's process is in forming brand awareness. This research method uses a qualitative method with the type of case study research, explaining and describing and describing problems related to this research, with research data collection techniques obtained by interviewing Pan&Co management, observing the place and also taking documentation. After the research was carried out, it was found that Pan n Co used an integrated promotional mix method, namely Advertising, Direct Marketing, Internet Marketing, Sales Promotional, Personal Selling, and Public Relations to build brand awareness among consumers.*

***Keywords: Integrated Marketing Communication, Brand Awareness, Food&Beverages, Promotional Mix***



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Strategi Integrated Marketing Communication Pada Pan&Co Galaxy Mall 3 Surabaya Dalam Membangun Brand Awareness”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945. Selama peneliti menyelesaikan penelitian skripsi ini, pastinya tidak akan lepas dari para bantuan pihak-pihak yang terkait, sehingga peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya khususnya kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa, Allah SWT yang telah memberikan anugerah dan karunia berupa akal pikiran, Kesehatan dan kekuatan lahir dan batin untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi dan hormati, Bapak Loelus Restu Widodo dan Ibu Diana Irawaty yang selalu memberi saya dukungan moral hingga materi yang tidak terhingga, dengan doa-doa yang selalu Bapak dan Ibu ucapkan selama ini sehingga saya ada di titik ini sekarang untuk menyelesaikan perkuliahan saya dengan skripsi yang saya susun ini.
3. Terima kasih banyak kepada kedua kakak saya Angga Restu Widyadana dan Aditya Bimaprasta yang saya sayangi dan hormati, yang selalu memberi saya bantuan untuk mengerjakan skripsi serta selalu mendukung apapun yang saya lakukan demi meraih masa depan yang lebih baik.
4. Terima kasih banyak kepada keluarga besar saya, keluarga Soebari yang selalu memberi saya dukungan dan doa yang selalu mengalir selama ini.
5. Terima kasih banyak kepada Bude saya dan anaknya, Bude Ria dan Rahardian Dewantoro selaku sepupu saya yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan agar saya bisa menuju masa depan yang lebih cerah.
6. Terima kasih untuk kepada Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Terima kasih banyak kepada Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku dekan Fakultas Ilmu Sosiasl dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

8. Terima kasih kepada Kaprodi Ilmu Komunikasi, Mohammad Insan Romadhan, S.I.KOM.,M.MED.KOM
9. Terima kasih banyak kepada bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S.SOS., M.MED.KOM, selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberi semangat lahir dan batin, nasehat agar tidak mudah menyerah dalam menjalankan skripsi ini, membagi ilmu yang bermanfaat, dan selalu meluangkan waktunya walau sibuk untuk memberi bimbingan dan revisi skripsi saya. Terima kasih sudah selalu sabar menghadapi anak bimbingannya yang sangat lucu ini.
10. Terima kasih banyak kepada Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA. , selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberi nasehat, semangat, serta ilmu yang bermanfaat untuk mengerjakan skripsi ini.
11. Terima kasih banyak kepada para Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama saya berkuliah di Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945.
12. Terima kasih banyak kepada Staff Marketing Pan n Co, Kak Ringkuh dan Kak Senja yang sudah berkenan untuk menjadi subjek penelitian serta membantu banyak dalam pengumpulan data dan memberi semangat selama penulisan skripsi ini.
13. Terima kasih banyak kepada sahabat seperjuangan saya dari semester satu, Nurul, Debbie, Sofia, Vawqa, Shadin, dan yang lainnya atas dukungan moral dari semester awal sampai semester akhir ini, semoga sahabat saya ini menjadi orang yang sukses dan selalu awet pertemanan kita sampai mempunyai anak masing masing.
14. Terima kasih banyak kepada sahabat KKN beserta sahabat magang saya yang sampai sekarang, Nadya, Oliv, Kevin serta teman seperjuangan skripsi saya Ilmi yang sudah memberikan bantuan, doa, dan dukungan selama menjalani kegiatan perkuliahan ini, semoga kalian semua menjadi orang yang sukses dan semoga panjang umur pertemanan kita.
15. Terima kasih banyak kepada sahabat dan teman bimbingan saya, Brigita dan Nana yang selalu menemani bimbingan kepada Bapak Dana dari awal bimbingan sampai akhir bimbingan, selalu membantu mengerjakan skripsi ini, dan selalu menemani di kala suntuknya saat mengerjakan skripsi ini, akhirnya kita bisa lulus di perkuliahan ini.

16. Terima kasih kepada teman SMA saya, Alviatuz, Ken, dan Anisa yang sudah memberikan saya semangat agar saya bisa lulus perkuliahan ini, selalu menghibur saya dikala suntuk, semoga pertemanan kita awet ya.
17. Terima kasih kepada kakak tingkat saya sekaligus sahabat saya dari Box Radio, kak Risma dan kak Diok yang selalu menemani saya dan membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini. Dan juga terimakasih juga untuk Kak Edo yang sudah membantu saya dan mengasih referensi jurnal untuk mengerjakan skripsi saya.
18. Terima kasih untuk karya lagu Wave To Earth, Baekhyun, Jaehyun NCT yang selalu menemani saya dari fajar hingga senja dalam mengerjakan skripsi ini.
19. Terima kasih untuk kafe Lelucky Kopi yang selalu menyediakan tempat yang nyaman dan seduhan kopi yang enak untuk mengerjakan skripsi ini.
20. Tidak lupa untuk selalu berterima kasih kepada diri sendiri yang selalu kuat dalam menghadapi rintangan dalam kehidupan ini.

Akhir kata dari peneliti masih tetap mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang sudah peneliti sebutkan di atas, karena waktu, dukungan dan doa yang diberikan kepada peneliti sangat tidak ternilai harganya. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi.

Surabaya, 14 Juli 2023

Raihan Bramanta Aji

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	x
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2. Fokus Penelitian</b> .....	3
<b>1.3. Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.4. Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>1.5. Manfaat Penelitian</b> .....	4
<b>BAB II</b> .....	5
<b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	5
<b>2.1 Tabel Penelitian Terdahulu</b> .....	5
<b>2.1. Critical Review</b> .....	11
<b>2.2. Landasan Teori</b> .....	14
<b>2.3. Landasan Konseptual</b> .....	17
<b>BAB III</b> .....	23
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	23
<b>3.1 Pendekatan Penelitian</b> .....	23
<b>3.2 Jenis Penelitian</b> .....	23
<b>3.3. Subjek dan Objek Penelitian</b> .....	24

<b>3.4. Jenis Data</b> .....	24
<b>3.5. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	25
<b>3.6. Teknis Analisis Data</b> .....	26
<b>3.7. Teknik Keabsahan Data</b> .....	27
<b>BAB IV</b> .....	29
<b>HASIL PENELITIAN</b> .....	29
<b>4.1. Deskripsi Objek</b> .....	29
<b>4.2. Penyajian Data</b> .....	31
<b>4.3. Hasil Penelitian</b> .....	33
<b>4.4. Pembahasan</b> .....	47
<b>BAB V</b> .....	51
<b>PENUTUP</b> .....	51
<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	51
<b>5.2. Saran</b> .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	53
<b>LAMPIRAN</b> .....	55

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1 Piramida Brand Awareness .....</b>	<b>20</b>
<b>Gambar 2 Logo Pan n Co Galaxy Mall 3 Surabaya .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 3 Observasi Outlet Pan n Co Galaxy Mall 3.....</b>	<b>31</b>
<b>Gambar 4 Observasi Online Platform Instagram Pan n Co.....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 5 Postingan Instagram Pan n Co .....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 6 Advertising Pan n Co di Channel Televisi Net .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 7 Advertising Pan n Co Galaxy Mall 3 di Media Cetak Online .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 8 Pemasang banner menu di Pan n Co Galaxy Mall 3 .....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 9 Estetika Penyajian Menu Pancake dari Pan n Co Galaxy Mall 3....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 10 Poster Kolaborasi Pan n Co dengan Magnum .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 11 Poster Kolaborasi Pan n Co dengan Khong Guan .....</b>	<b>43</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>11</b>
<b>Tabel 2 Profil Informan.....</b>	<b>26</b>

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 1 Diagram Penelitian .....</b>	<b>21</b>
---	-----------



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 PEDOMAN WAWANCARA .....</b>	<b>55</b>
<b>Lampiran 2 TRANSKRIP WAWANCARA PERTAMA .....</b>	<b>56</b>
<b>Lampiran 3 TRANSKRIP WAWANCARA KEDUA.....</b>	<b>60</b>
<b>Lampiran 4 TRANSRKIP WAWANCARA KETIGA .....</b>	<b>62</b>
<b>Lampiran 5 TRANSKRIP WAWANCARA KEEMPAT .....</b>	<b>63</b>
<b>Lampiran 6 TRANSKRIP WAWANCARA KELIMA .....</b>	<b>64</b>
<b>Lampiran 7 DOKUMENTASI .....</b>	<b>66</b>
<b>Lampiran 8 Kartu Bimbingan Skripsi .....</b>	<b>68</b>