

***PUBLIC RELATION SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN COFFEE SHOP BELAKANG RUMAH
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Strata-1

Ilmu Komunikasi



Nama : Iron Raharjo

NBI : 1151800309

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

2023

**PUBLIC RELATION SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN *COFFEE SHOP* BELAKANG RUMAH
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Strata-1
Ilmu Komunikasi



**Nama : Iron Raharjo
NBI : 1151800309**

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Iron Rajarjo

NPM : 1151800309

**Judul : PUBLIC RELATION SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP
BELAKANG RUMAH UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN**

Mengetahui,

Dekan

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Surabaya, 5 Januari 2024

**Disetujui Oleh
Pembimbing 1**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M

NPP. 20120870103



Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

NPP. 0724048002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 19 Desember 2023:

Dosen Penguji:

1. Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA

Ketua

2. Amalia Nurul Mutmainnah, S. I Kom., MA

Anggota 1

3. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

Anggota 2

(*[Signature]*)

(*[Signature]*)

(*[Signature]*)

Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


[Signature]
Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iron Raharjo
NBI : 1151800309
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : *Public Relation* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran
Coffee Shop Belakang Rumah untuk Meningkatkan Penjualan.

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 sadar-sadarnya.

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

Surabaya, 5 Januari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Iron Raharjo



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iron Raharjo
NBI/ NPM : 1151800309
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

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

“Public Relations Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Shop Belakang Rumah Untuk Meningkatkan Penjualan”

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 : 15 Januari 2024

Yang Menyatakan,



(Iron Raharjo)

MOTTO

“ Seekor burung yang duduk di atas pohon tidak pernah takut rantingnya patah, karena kepercayaannya bukan pada cabang dahannya, tetapi kemampuannya untuk terbang “

-Jalaluddin Rumi-

ABSTRACT

The development of the coffee business is currently one of the most sought-after businesses. The large number of coffee shop businesses cause market competition. This market competition is also experienced by the Belakang Rumah coffee shop, which has almost the same menu as other coffee shops in Pandaan and the same consumers. The research method uses a qualitative descriptive approach and uses community-based marketing communication. This research uses data collection techniques through interviews, observation, and literature study. Data analysis techniques include data reduction, data display, and drawing conclusions. The data validity technique is data triangulation. This research uses the PENCILS concept. The results show that the Belakang Rumah coffee shop marketing communication strategy is considered effective and supported by community-based communication, based on observation and supporting data that state that the increase in the number of consumers is quite significant, using word of mouth and Instagram social media and community-based communication.

Key Word: *Communication Marketing Strategy, Community Relation, Coffee Shop*

ABSTRAK

Pengembangan bisnis kopi saat ini merupakan salah satu bisnis yang sangat diminati. Jumlah besar bisnis kafe menyebabkan persaingan pasar. Persaingan pasar ini juga dialami oleh kafe Belakang Rumah yang hampir memiliki menu yang sama dengan kafe-kafe lain di Pandaan dan konsumen yang sama. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif jenis dan menggunakan komunikasi pemasaran berbasis komunitas. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Teknik analisis data meliputi reduksi data, tampilan data, dan penarikan kesimpulan. Teknik validitas data adalah triangulasi data. Penelitian ini menggunakan konsep PENCILS. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran kafe Belakang Rumah dianggap efektif dan didukung oleh komunikasi berbasis komunitas, berdasarkan observasi dan data pendukung yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah konsumen cukup signifikan, menggunakan word of mouth dan media sosial Instagram dan komunikasi berbasis komunitas.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Community Realtion, Coffee Shop

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah dan kehendak-Nya penulis diberikan kesehatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul " STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN COFFEE SHOP BELAKANG RUMAH MELALUI COMMUNITY RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN" ini. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (UNTAG). Namun, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis.

Skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasihat, motivasi dan doa dari berbagai pihak yang terlibat selama skripsi ini dikerjakan. Secara khusus pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Tuhan yang maha Esa
2. Mama saya sebagai ibu yang sangat luar biasa hebat
3. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho MM., CMA., CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan dosen yang berkesan untuk saya, yang membangun kepercayaan diri saya ketika saya sudah pesimis akan skripsi saya.
6. Dr. Merry Fridha Tri Palupu, M.Si, dan Herlina Kusumaningrum S.sos., MA selaku Dosen Pembimbing, yang dari awal selalu

memberikan saya masukan dan selalu sabar membimbing saya walaupun apa yang saya tulis masih jauh dari kata sempurna. Dan terima kasih lagi karena telah memberikan kepercayaan saya untuk belajar menulis dan mengarahkan saya dengan sabar. Terima kasih bu Merry dan bu Herlina karena telah percaya pada saya.

7. Bapak-Ibu dosen Ilmu Komunikasi yang banyak mengajarkan berbagai hal kepada peneliti. Banyak mengajarkan ilmu yang tidak hanya di dapatkan di bangku perkuliahan namun juga pada diskusi keseharian.
8. Para Narasumber yang telah bersedia memberikan waktu dan informasi.
9. Partner saya yang sudah sangat sabar membimbing dan sangat keras kepada saya untuk mengerjakan dengan jujur.
10. Teman – teman ilmu komunikasi yang saat ini sedang berjuang bersama untuk mendapatkan gelar sarjana.

Demikian Skripsi yang dibuat oleh penulis semoga dapat bermanfaat kepada masyarakat pada umumnya. Akhir kata dengan kerendahan hati penulis mohon maaf apabila masih banyak kekurangan yang diperbuat, baik dalam proses pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Surabaya, Desember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	i
Tanda Persetujuan Skripsi	ii
Tanda Pengesahan Skripsi	iii
Surat Pernyataan Keaslian	v
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah Untuk Kepentingan Akademis	v
Motto	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	Xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III Metode Penelitian	31
3.1 Pendekatan Penelitian.....	31
3.2 Jenis Penelitian	31

3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.3.1 Subjek Penelitian.....	32
3.3.2 Objek Penelitian.....	32
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Jenis Data.....	33
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.6 Keabsahan Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	41
4.2.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	41
4.2.2 Public Relations Sebagai Strategi <i>coffee shop</i> Belakang Rumah bedasarkan teori PENCILS.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	9
-------------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Kegiatan Diskusi bersama Komunitas Gerakan Apriori.....	42
Gambar 4.2 Foto Founder Coffee Shop Belakang Rumah (Paling Belakang 3 dari kiri) Bersama Founder Komunitas Virus Baca (Depan 2 dari kanan) dan Founder Komunitas Gerakan Apriori (paling belakang 1 dari kanan)	45

Gambar 4.3 Gelas yang di sajikan kepada pelanggan.....	46
Gambar 4.4 Rubik Buku yang Ada di Coffee Shop Belakang Rumah	48
Gambar 4.5 Tag Line Coffee Shop Belakang Rumah.....	51
Gambar 4.6 contoh caption yang digunakan oleh <i>owner Coffee shop</i> Belakang Rumah dalam postingan Instagram.....	56
Gambar 4.7 Logo Coffee Shop Belakang Rumah yang Terpublish pada postingan akun Instagram @lunar.coo.....	71
Gambar 4.8 Event yang diselenggarakan oleh Komunitas Virus Baca (Beber Buku)	72
Gambar 4.9 Reels Instagram pasca Event “Pasuruan Coffee Fest”	73
Gambar 4.10 Community Relation yang Terjalin antara coffee shop Belakang Rumah dengan beberapa komunitas yang ada di Pandaan	75
Gambar 4.11 Proses Negosiasi terkait SOP event yang akan berlangsung di coffee shop Belakang Rumah.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Pertanyaan Wawancara.....	85
Transkrip Wawancara.....	87
Lembar Revisi Dosen.....	114
Lembar Bimbingan.....	117
Surat Keterangan Plagiasi.....	118