

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
MOOGS COFFEE DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*  
MELALUI *EVENT “POUR IN CHAOS”***

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh :**

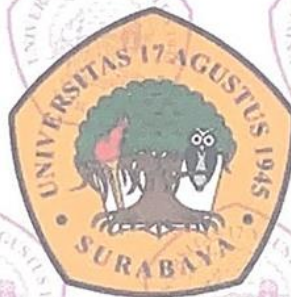
**Mustika Ayu Siswanti**  
**NBI. 1151900322**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU  
MOOGS COFFEE DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*  
MELALUI *EVENT "POUR IN CHAOS"***

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1  
Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh :**

**Mustika Ayu Siswanti**  
**NBI. 1151900322**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2024**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mustika Ayu Siswanti  
NBI : 151900322  
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Moogs Coffee  
Dalam Membangun Brand Image Melalui Event "Pour In  
Chaos"

**Mengetahui**

Surabaya, 10 Juli 2024

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

**Disetujui oleh**  
Dosen Pembimbing I

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP : 20120.87.0103

Muchammad Rizqi, S.I.Kom.,

M.Med.Kom

NPP : 20150.17.0752

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan 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 Juli 2024

Dewan Penguji :

1. Muchammad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Ketua

2. Dewi Sri Andika Rusmana S.I.Kom.,

M.Med.Kom.

Anggota

3. Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita

S.I.Kom., M.Med.Kom.

Anggota

Mengesahkan,

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



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP 20120.87.0103

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mustika Ayu Siswanti

NBI : 1151900322

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Moogs Coffee Dalam Membangun Brand Image Melalui Event "Pour In Chaos"

Menyatakan bahwa :

1. 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. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi.

Surabaya 10 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Mustika Ayu Siswanti



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

Nama : Mutiara Ayu Swantik  
NBI : 1151900322  
Fakultas : fakultas ilmu sosial dan ilmu politik  
Program Studi: ilmu komunikasi

Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan

Penelitian/Makalah

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 :

Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Mocha Coffee  
dalam Membangun Brand Image Melalui Event  
"pour in chaos"

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 10 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(.....)  
Mutiara Ayu Swantik

## ABSTRAK

Mustika Ayu Siswanti

NBI. 151900322

Email : [mustikaswnt@gmail.com](mailto:mustikaswnt@gmail.com)

Bisnis *food & beverage*, salah satu jenis bisnis yang mampu bertahan hingga saat ini. Salah satu hal yang dianggap sebagai kunci dari keberhasilan bisnis tersebut, di tengah banyaknya persaingan adalah dengan adanya inovasi atau kreativitas yang baru setiap saat dalam produk maupun pemasarannya. “Moogs Cafe” merupakan perusahaan F&B yang menerapkan strategi dengan event “*Pour In Chaos*” hal ini bertujuan untuk mengenalkan kepada kaum awam mengenai kopi dengan berbagai kompetisinya, dan juga mengajak para *barista* kopi yang berbakat untuk mengadu *skill* nya dalam kompetisi, serta ingin menciptakan brand cafe. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan “Moogs Cafe” menggunakan konsep elemen-elemen terpadu sebagai strategi komunikasi pemasaran. Konsep yang dipakai yakni IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang terdiri dari bidang *advertising*, *direct marketing*, *internet marketing*, *salespromotion*, *public relations*, dan *personal selling*.

**Kata kunci :** Event, Kafe, Pemasaran, Strategi komunikasi

## ABSTRACT

Mustika Ayu Siswanti

NBI. 151900322

Email : [mustikaswnt@gmail.com](mailto:mustikaswnt@gmail.com)

*The food & beverage business is one type of business that has survived to this day. One of the things that is considered the key to the success of this business, in the midst of so much competition, is the presence of new innovation or creativity all the time in products and marketing. "Moogs Cafe" is an F&B Coffethat implements a strategy with the "Pour In Chaos" event. This aims to introduce lay people to coffee with various competitions, and also invite talented coffee baristas to test their skills in competitions, and want to create a brand. cafe. This research uses qualitative methods, with data collection techniques of interviews, observation and documentation. The research results show that "Moogs Cafe" uses the concept of integrated elements as a marketing communication strategy. The concept used is IMC (Integrated Marketing Communication) which consists of the fields of advertising, direct marketing, internet marketing, sales promotion, public relations and personal selling.*

**Keywords:** *Event, Cafe, Marketing, Communication strategy*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena atas limpahan Rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Srata Satu (S1) di program Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan menyelesaikan skripsi dari awal hingga dapat selesai dengan baik, tepat pada waktunya, dengan judul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Moogs Coffee Dalam Membangun Brand Image Melalui Event Pour In Chaos”**

Pada kesempatan kali ini, perkenankan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini yakni teruntuk:

1. Allah Subhanahu Wa Ta’ala, Tuhan yang selalu melimpahkan rahmat, membantu, mendengarkan serta mengabulkan doa-doa yang selalu dipanjatkan oleh penulis sehingga skripsi ini diberikan kelancaran dan dapat diselesaikan.
2. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. Selaku rector Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Herlina Kusumaningrum, S.Sos., M.A. Selaku Dosen Wali, terimakasih telah membimbing dan memberikan arahan selama

menjadi mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

6. Bapak Muchammad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Dosen pembimbing Satu dalam penyusunan skripsi ini, yang telah banyak meluangkan waktu, membantu dan memberikan arahan serta saran dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom selaku dosen pembimbing Dua atas dukungan dan bimbingan, arahan sehingga pengerjaan skripsi ini selesai.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
9. Secara Khusus Terima kasih kepada Faiz Pratama sebagai suami yang selalu memberikan doa, nasihat serta dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
10. Kepada Mazaya Nara Faizah, buah hati tercinta yang selalu memberikan semangat dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semangat.
11. Yang paling utama kepada kedua orang tua, Bapak Sigit Hanggono dan Ibu Muji, yang telah membesarkan, mendidik dan selalu memberikan motivasi agar penelitian ini terselesaikan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada Ayah dan Ibu Tercinta.
12. Terima kasih kepada Keluarga Besar Bani Ilyas yang telah membantu memberikan dukungan sehingga memudahkan penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
13. Teman-teman Jamilia, yang menjadi sahabat dan keluarga saat masa perkuliahan.
14. Seluruh Informan-Informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk penulis melakukan proses wawancara serta informasi

yang penting untuk kelancaran pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan segala bantuan, masukan, saran, serta kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Surabaya, 19 Juni 2023



Mustika Ayu Siswanti

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 IMC (Integrated Marketing Communication).....	12
2.2 Landasan Konseptual .....	17
2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Event .....	18
2.2.3 Pour In Chaos (PIC) .....	18
2.2.4 Brand Image .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran .....	20
<b>BAB III .....</b>	<b>21</b>

<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	21
3.2 Jenis Penelitian.....	22
<b>3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....</b>	<b>22</b>
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.4.1 Jenis Data (Primer dan Sekunder).....	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	25
1.6 Keabsahan Data.....	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>27</b>
<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.2 Hasil Peneitian dan Pembahasan.....	30
4.2.1 Deskripsi Data.....	30
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Moogs Coffee Dalam Membangun Brand Image Melalui Event Pour In Chaos .....	30
4.2.3 Pembahasan.....	42
4.2.4 Kesesuaian Keabsahan Data.....	48
<b>BAB V .....</b>	<b>51</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Rekomendasi .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	<b>8</b>
---	----------

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Event Pour In Chaos .....	28
Gambar 2. Instagram Moogs Creative .....	30
Gambar 3. Komunitas Kopi.....	32
Gambar 4. Proposal event Pour In Chaos.....	34
Gambar 5. Publisitas melalui Radio Gen Fm .....	35
Gambar 6. Interaksi peserta dan komunitas .....	37
Gambar 7. Informasi Moogs Coffee di Internet.....	40
Gambar 8. Informasi Moogs Coffee pada blog wisata hits .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	55
Lampiran 2. Hasil Wawancara .....	58
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara dengan informan .....	67
Lampiran 4. Lembar Bimbingan Skripsi .....	68
Lampiran 5. Hasil Turnitin .....	70