

ANALISIS STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* KOPI

KENANGAN RUKO COKROAMINOTO KOTA MADIUN

SKRIPSI



Oleh :

FARAH DHIBA AULIA EFENDI

NIM : 20240801

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN LOGO



ANALISIS STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* KOPI

KENANGAN RUKO COKROAMINOTO KOTA MADIUN

**ANALISIS STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* KOPI
KENANGAN RUKO COKROAMINOTO KOTA MADIUN**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat untuk Mencapai
Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan
Ilmu Komunikasi**



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

2024

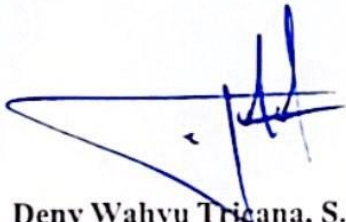
HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Farah Dhiba Aulia Efendi / 20240801 ini,

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 12 Juni 2024

Pembimbing I



Denny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0707078204

Pembimbing II



Eli Purwati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0702088201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Farah Dhiba Aulia Efendi / 20240801 ini,

Telah ditetapkan didepan penguji

Pada hari : Selasa

Tanggal : 23 Juli 2024

Pukul : 09.00 – 10.00

DEWAN PENGUJI

Penguji 1



Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom
NIDN : 0728018304

Penguji 2



Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN : 0702088201

Penguji 3




Denv Wahyu Tritana, M.I.Kom
NIDN : 0707078204

Mengetahui,

Dekan,




Ayub Dwi Anggoro, M.Si, Ph.D
NIK : 19860325 201309 12

MOTTO

Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan,
jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding
dengan perjuangan mereka menghidupimu.

Ika df

Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak
ada artinya



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Farah Dhiba Aulia Efendi

Alamat : Jl. Cokroaminoto, Lingkungan Blaru, Mlilir.

NIM : 20240801

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

ANALISI STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* KOPI

KENANGAN RUKO COKROAMINOTO KOTA MADIUN adalah observasi,

pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya

ilmiah inisepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang

menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah

akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan

kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan

desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung

jawab dan integritas.

Ponorogo, 31 Juli 2024

Yang menyatakan



(Farah Dhiba Aulia Efendi)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamini, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikann limpahan rahmat serta hidayah-Nya berupa kesempatan penulis menempuh jenjang Pendidikan Strata Satu (S-1) sampai kepada tahapan penyelesaian skripsi yang berjudul *ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS KOPI KENANGAN RUKO*

COKROAMINOTO KOTA MADIUN. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata Satu (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang dapat terselesaikan dengan baik dan juga tepat waktu.

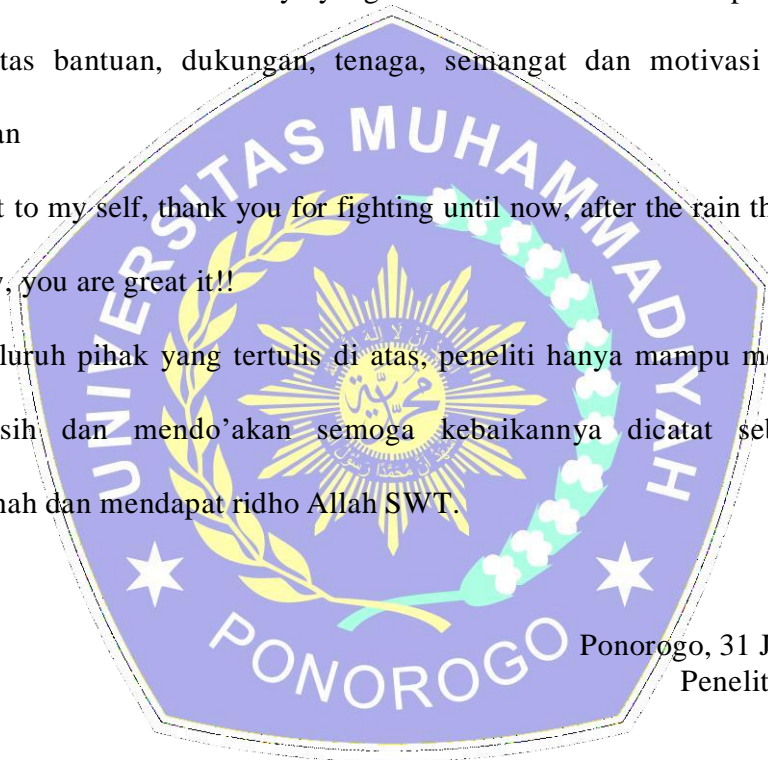
Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh dukungan dan semangat dari banyak pihak. Untuk itu dengan setulus hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta yang membesarkan, mendidik, memotivasi, dan memberikan do'a, cinta dan kasih sayang hingga hari ini serta seluruh keluarga yang selalu memberikann semangat dan dukungan tiada henti.
2. Ayub Dwi Anggoro, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh program S-1 Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu saya dalam memberikan masukan serta bimbingan dalam

penyelesaian skripsi ini.

4. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan Karyawan/Karyawati Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang menjadi teman belajar dan mengembangkan potensi diri penulis, serta membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh sahabat dan teman saya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuan, dukungan, tenaga, semangat dan motivasi yang telah diberikan
7. And last to my self, thank you for fighting until now, after the rain there must be rainbow, you are great it!!

Kepada seluruh pihak yang tertulis di atas, peneliti hanya mampu mengucapkan terima kasih dan mendo'akan semoga kebaikannya dicatat sebagai amal soleh/solehah dan mendapat ridho Allah SWT.



Ponorogo, 31 Juli 2024
Peneliti

Farah Dhiba Aulia Efendi
NIM 20240801

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Public Relations</i>	7
2. <i>Marketing Public Relations (MPR)</i>	9
3. <i>Indikator Strategi Marketing</i>	12

B.	Kerangka Berfikir.....	19
BAB III METODE PENELITIAN		20
A.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	20
B.	Jenis Penelitian	20
C.	Subjek dan Objek	20
D.	Data dan Sumber Data	21
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	22
F.	Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		24
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	24
B.	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	26
1.	Analisis Indikator Strategi Marketing Mix 11P.....	26
BAB V PENUTUP		70
A.	Kesimpulan.....	70
B.	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Outlet Kopi Kenangan Ruko Cokroaminoto Kota Madiun.....	24
Gambar 4. 2 Produk Kopi Kenangan Mantan.....	30
Gambar 4. 3 Produk Kopi Kenangan Hanya Untukmu	31
Gambar 4. 4 Produk Cerita Roti.....	31
Gambar 4. 5 Daftar Harga Kopi Kenangan Ruko Cokroaminoto Kota Madiun	32
Gambar 4. 6 Daftar Harga Janji Jiwa	33
Gambar 4. 7 Daftar Harga Point Coffe.....	33
Gambar 4. 8 Daftar Harga Kedai Kopi Kulo	33
Gambar 4. 9 Ruangan AC	35
Gambar 4. 10 Ruangan Area Merokok Lantai Atas	35
Gambar 4. 11 Fasilitas Kelengkapan Meja dan Kursi	36
Gambar 4. 12 Bundling Produk	38
Gambar 4. 13 Bundling New Produk	38
Gambar 4. 14 Bundling New Produk Melalui Aplikasi GrabFood, GoFood, ShopeeFood	38
Gambar 4. 15 Combo Bundling Produk	38
Gambar 4. 16 Bundling Produk X Semesta	39
Gambar 4. 17 Mix and Match Bundling Produk	39
Gambar 4. 18 Promo Harian	40
Gambar 4. 19 Konten TikTok Kopikenangan.id	41
Gambar 4. 20 Postingan Feed Instagram Kopikenangan.id	42
Gambar 4. 21 Promo Aplikasi GoFood, GrabFood dan ShopeeFood	44
Gambar 4. 22 Diskon Melalui Aplikasi	44
Gambar 4. 23 Diskon 20% Dan Cara Mendapatkan Promo Melalui Aplikasi	44
Gambar 4. 24 Broadcasting Promo Komunitas Kenangan di WhatsApp	45
Gambar 4. 25 Logo Kopi Kenangan	49
Gambar 4. 26 Proses Melayani Pembeli.....	50
Gambar 4. 27 Proses Dapur Produksi Pembuatan Produk	50
Gambar 4. 28 Proses Pembuatan Produk Kopi Kenangan.....	51
Gambar 4. 29 Proses Pemberian Produk Kepada Pelanggan	51
Gambar 4. 30 Seragam Karyawan Kopi Kenangan	53
Gambar 4. 31 Detail Packaging Kopi Kenangan	55
Gambar 4. 32 Diskon Produk Melalui Bank BCA.....	57
Gambar 4. 33 Diskon Produk Melalui QRIS blu	57
Gambar 4. 34 Diskon Produk Melalui QRIS blu	57
Gambar 4. 35 Diskon Produk Melalui Bank BRI	58
Gambar 4. 36 Diskon Produk Melalui Bank btn.....	58
Gambar 4. 37 Diskon Produk Melalui Bank OCBC	58
Gambar 4. 38 Diskon Produk Melalui Bank QRIS JAGO	58
Gambar 4. 39 Diskon Produk Melalui Bank Saqu	59
Gambar 4. 40 Keuntungan Bergabung Program Loyalty Kenangan VIP	60
Gambar 4. 41 Syarat Transaksi Level	61
Gambar 4. 42 Tampilan Aplikasi Kopi Kenangan	63
Gambar 4. 43 Tampilan Pembayaran Melalui Aplikasi Kopi Kenangan.....	63
Gambar 4. 44 Tampilan Kelengkapan Fitur Aplikasi Kopi Kenangan.....	63
Gambar 4. 45 Tampilan Keseluruhan Aplikasi Kopi Kenangan.....	64
Gambar 4. 46 Diskon Baperan Melalui Aplikasi Kopi Kenangan	64

Gambar 4. 47 Syarat dan Ketentuan Cara Mendapatkan Diskon s/d 20% Melalui Aplikasi Kopi Kenangan 65
Gambar 4. 48 Syarat dan Ketentuan Cara Mendapatkan Promo blu by BCA Digital Cashback Melalui Aplikasi Kopi Kenangan 65



ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* KOPI KENANGAN RUKO COKROAMINOTO KOTA MADIUN

FARAH DHIBA AULIA EFENDI

20240801

Judul skripsi ini adalah Analisis Strategi Marketing Public Relations Kopi Kenangan Ruko Cokroaminoto Kota Madiun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing public relations kopi kenangan ruko cokroaminoto kota madiun. penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dimana peneliti mendeskripsikan data yang berkaitan dengan keadaan sosial, koneksi variable yang terjadi, serta mengetahui munculnya fakta baru dan akibatnya kepada lingkungan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang yang terdiri dari manager Kopi Kenangan ruko Cokroaminoto Kota Madiun, serta 5 dari pihak konsumen Kopi Kenangan ruko Cokroaminoto Kota Madiun. Dari hasil analisis diperoleh data bahwa Kopi Kenangan ruko Cokroaminoto Kota Madiun telah menerapkan strategi marketing public relations dengan mengimplementasikan 11P unsur yaitu : *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Packaging, Payment, Public Relations, Performance*.

Kata Kunci : *Public Relations, Strategi Marketing Public Relations, Bauran Pemasaran.*

ABSTRACT

ANALISIS STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* KOPI KENANGAN RUKO COKROAMINOTO KOTA MADIUN

FARAH DHIBA AULIA EFENDI

20240801

The title of this thesis is Analysis of the Public Relations Marketing Strategy of Kopi Kenangan Ruko Cokroaminoto, Madiun City. The purpose of this research is to find out what the marketing strategy for public relations of the cokroaminoto shophouse, Madiun City, is. This research uses a qualitative descriptive research method, where the researcher describes data related to social conditions, variable connections that occur, and determines the emergence of new facts and their consequences for the environment. Data collection in this research used observation, interview and documentation techniques. The informants in this research were 6 people consisting of the manager of Kopi Kenangan, Cokroaminoto shophouse, Madiun City, as well as 5 consumers of Kopi Kenangan, Cokroaminoto shophouse, Madiun City. From the results of the analysis, data was obtained that Kopi Kenangan Ruko Cokroaminoto, Madiun City has implemented a marketing public relations strategy by implementing the 11P elements, namely: Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Packaging, Payment, Public Relations, Performance.

Keywords: *Public Relations, Public Relations Marketing Strategy, Marketing mix.*