

SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS KEDAI
KOPITIAM HAO PENG MADIUN



Oleh :

AGUS DWI ISTANTO

NIM : 20240845

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

2024

HALAMAN LOGO



ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS KEDAI
KOPITIAM HAO PENG 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

Oleh :

AGUS DWI ISTANTO

NIM :

20240845

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Agus Dwi Istanto / 20240845 ini,
Telah diperiksadan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 09 Juli 2024

Pembimbing I



Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN : 0724048604

Pembimbing II



Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Agus Dwi Istanto ini,

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada hari : Rabu

Tanggal : 31 Juli 2024

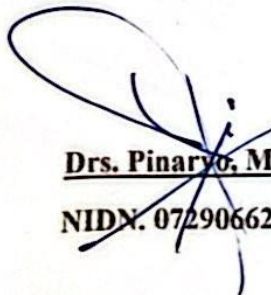
Pukul : 09.00 – 10.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Penguji III


Drs. Pinaryo, MM
NIDN. 0729066201


Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503


Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN : 0724048604

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Agus Dwi Anggoro, Ph.D
NIK. 19860325 201309 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Agus Dwi Istanto

Alamat : Ds. Ngadirojo RT 02 RW 01 Kecamatan Sooko Kab. Ponorogo

No. Identitas (NIM) : 20240845


dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul:

ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS KEDAI KOPITIAM HAO PENG MADIUN adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri .Karya ilmiah ini sepenuhnya 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.

Rabu, 31 Juli 2024

Yang menyatakan,



(Agus Dwi Istanto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Peran strategis publik relations dalam optimisasi website ponorogo.go.id mendukung sistem pemerintahan berbasis elektronik."

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom., M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., M.A. selaku ketua program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Krisna Megantari, S.Sos., M.A., selaku Dosen Pembimbing
4. Bapak Kenjiro Gunawan selaku manager kedai Kopitiam Hao Peng Madiun
5. Ibu Nela Ayu selaku Supervisor kedai Kopitiam Hao Peng Madiun

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 31 Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI MARKETING *PUBLIC RELATIONS* KEDAI KOPITIAM HAO PENG

AGUS DWI ISTANTO

20240845

Dengan semakin menjamurnya kopitiam pemahaman mendalam tentang pasar dan konsumen merupakan langkah awal yang krusial dalam menyusun strategi marketing PR. Kopitiam perlu mengenali siapa pelanggan mereka, apa yang mereka cari dalam pengalaman minum kopi, dan bagaimana perilaku serta preferensi mereka telah berubah seiring waktu. Melalui riset pasar yang komprehensif, kopitiam dapat mengidentifikasi segmen pelanggan yang berbeda dan menyesuaikan strategi komunikasi mereka untuk setiap segmen tersebut. Peneliti akan melakukan pengkajian lebih dalam terhadap Strategi Marketing Public Relations kedai kopitiam Hao Peng. Dalam konteks penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk mendalami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan, secara menyeluruh. Strategi marketing (mix marketing) yang diterapkan oleh kedai Kopitiam Hao Peng yaitu dengan mengimplementasikan sebelas unsur strategi bauran pemasaran menurut Philip Kotler diringkas 11P, yaitu product, price, place, promotions, people, process, physical evidence, packaging, promise, programming, partnership. Kedai Kopitiam Hao Peng, diharapkan untuk selalu menjaga kualitas produk dari mereka. Dengan komitmen untuk menjaga kualitas tersebut dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggan. Dan juga untuk dioptimalkan dengan baik sehingga bertujuan untuk pengembangan usaha.

Kata Kunci : Strategi Marketing Public Relations, Mix Marketing 11P, Kedai Kopitiam Hao Peng Madiun.

ABSTRACT

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES PUBLIC RELATIONS KODI KOPITIAM HAO PENG

AGUS DWI ISTANTO

20240845

With an increasingly thorough understanding of markets and consumers, it is a crucial first step in formulating PR marketing strategies. Kopitiam needs to recognize who their customers are, what they are looking for in their coffee experience, and how their behavior and preferences have changed over time. Through comprehensive market research, kopitiam can identify different customer segments and customize their communication strategies for each such segment. In the context of this research, researchers will conduct descriptive analysis using a qualitative research approach. Qualitative studies are conducted with the aim of deepening the phenomena experienced by the research subjects, such as behavior, perception, motivation, and actions, in depth. The mix marketing strategy implemented by Kopitiam Hao Peng is by implementing eleven elements of a mixed marketing strategy according to Philip Kotler summarized 11P, namely product, price, place, promotions, people, process, physical evidence, packaging, promise, programming, partnership. Shop Kopitiam Hao Peng, expected to always keep the quality of their products. With a commitment toining such quality can grow a sense of customer confidence. And also to be optimized well to aim for business development.

Keywords: Public Relations Marketing Strategy, Marketing Mix 11P, Shop Kopitiam Hao Peng Madiun.

MOTTO

”Jika kamu tidak menyerah, maka kamu akan berhasil.”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan kekuatan, kelancaran dan kemudahan kepada saya dan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua dan Keluarga yang paling berjasa selama hidup saya Ibu Somirah dan Bapak Rigo. Beliau memang bukan dari Pendidikan yang sangat tinggi. Namun beliau mampu mendidik penulis untuk memotivasi, mendukung, dan mendoakan penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan studinya sampai sarjana karena mereka yang berjuang demi penulis bisa sampai titik ini.
2. Partner penulis Viegas Erchika Yuniar yang telah membantu dalam proses skripsi penulis. Dan memberikan semangat kepada penulis agar tidak malas untuk mengerjakan skripsinya.
3. Terimakasih kepada untuk sahabat penulis, Ahmad hasan abrori, Dhimas Irham W.P, Alfito, Ferry Rizqi V, dan Ramadhani dhuha yang telah menemani dan mendengarkan semua cerita, keluh kesah dan memberikan saran kepada penulis agar semangat dalam mengerjakan skripsi. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan Pendidikan sarjana.
4. Terimakasih kepada Mbak Nella Ayu S, Masomba, Chika, Yedy, Edo yang sudah membantu dalam kerepotan saya selama ini dan menerima keluh kesah saya dalam wawancara.

5. Teman – teman seperjuangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya teman- teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang sangat berperan penting selama penulis berada dibangku perkuliahaan.

6. Dan yang terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri Agus Dwi Istanto yang sudah bertahan sampai detik ini. terimakasih sudah berusaha semaksimal mungkin dengan banyak cobaan yang sangat berat sampai detik ini. terimakasih tidak menyerah dalam mengerjakan skripsi ini walaupun banyak rintangan yang sangat besar dalam pengerjaan ini dan bisa menyelesaikan skripsi sebaik mungkin. Terimakasih banyak sudah berada di titik ini dan bangga pada diri saya sendiri.



DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori	10
B. Kerangka Berpikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan Jenis Penelitian	27
B. Kehadiran Peneliti	28
C. Subjek dan Objek.....	30
D. Sumber Data.....	30
E. Metode Pengumpulan Data	31
F. Analisis Data	34
G. Pengecekan Keabsahan Data	35
H. Tahap – Tahap Penelitian.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	37
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan.....	65

B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68



Daftar Gambar

Figure 1 lokasi kedai hao peng Madiun	37
Figure 2 produk hao peng.....	39
Figure 3 menu hao peng	41
Figure 4 lokasi hao peng madiun.....	45
Figure 5 sosial media hao peng	48
Figure 6 crew hao peng	49
Figure 7 interior hao peng	54
Figure 8 kemasan hao peng	57

