

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rezeki dan berkatnya kepada peneliti. Segala ilmu, kesehatan, lingkungan yang baik, kekuatan, dan hikmatnya yang Ia berikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir dengan judul “Strategi *Marketing Public Relations* Dua Coffee Shop Melalui Akun Instagram @duacoffee dalam Meningkatkan *Brand Image*” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Menyelesaikan Tugas Akhir ini bukan merupakan hal yang mudah, selain hal ini merupakan suatu perjalanan melalui proses yang panjang dan banyak rintangan, selain itu adanya Pandemi Covid-19 yang memperhambat peneliti dalam melakukan penelitian. dengan itu, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tanpa bimbingan, dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberi dukungan dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membimbing peneliti baik dalam kegiatan akademik maupun non-akademik.

3. Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir peneliti yang selalu sabar dan mendukung peneliti yang memiliki banyak kekurangan. Peneliti bersyukur mendapatkan Mam Rose sebagai pembimbing karena selalu membantu ketika peneliti menghadapi kesulitan dengan memberikan arahan, pandangan baru dan memberikan semangat.
4. Dr. Benedictus A. Simangunsong, S.Ip, M.Si. Selaku dosen penguji Tugas Akhir peneliti yang telah memberikan saran-saran yang sangat bermanfaat untuk penelitian ini. Pak Ben juga telah membimbing peneliti sejak belajar mata kuliah Metode Penelitian Komunikasi 1 dan 2.
5. Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom. Selaku dosen penguji Tugas Akhir peneliti yang telah memberikan saran-saran yang sangat bermanfaat untuk penelitian ini. Mam Magda juga telah membimbing peneliti sejak belajar mata kuliah Iklan dan Masyarakat.
6. Carly Stiana Scheffer Sumampouw, S.Sos., MComn. yang menjadi Pembimbing Akademik peneliti sejak awal perkuliahan, selalu memberikan semangat untuk bekerja dengan maksimal sehingga akan mendapatkan hasil yang maksimal, untuk selalu mengingatkan melakukan segala hal tepat waktu agar setiap waktunya menjadi bermanfaat dalam mengerjakan Tugas Akhir.
7. Seluruh dosen dan karyawan Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan yang telah membantu peneliti selama menjalani perkuliahan dan menyelesaikan Tugas Akhir.

8. Narasumber ER, N, dan AI yang bersedia untuk diwawancara agar terselesaikannya Tugas Akhir ini.
9. Ibu dan Ayah yang selalu memberikan sumber kekuatan peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir dengan memberikan doa, dukungan, serta finansial kepada peneliti.
10. Haniyati dan Komaruddin yang selalu memberikan perhatian, doa dan makanan yang setiap hari diberikan agar kebutuhan badan peneliti terpenuhi selama menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Irza, Luthfi, Lukman, Minarsha, dan Nimaz yang mendukung peneliti dengan selalu menemani peneliti setiap malam Minggu, serta memberikan saran yang bermanfaat dalam penelitian ini.
12. Shasha, Karin, Anggi, Jasmine, Riri, Ghifari, Ishanda, Farhan, dan Zuhair yang peneliti anggap sebagai teman dekat yang telah membantu peneliti dengan cara selalu menemani peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, selalu memberikan semangat dengan meluangkan waktu dan memberikan doa.
13. Vita dan David yang selalu memberikan informasi bermanfaat dan selalu mengingatkan peneliti untuk selalu mengerjakan Tugas Akhir dengan tepat waktu dan memberikan semangat kepada peneliti.
14. Gerry dan Tizar yang peneliti anggap sebagai mentor, selalu memberikan masukan yang bermanfaat, membuat peneliti semangat dan memberikan pandangan baru yang bermanfaat kepada peneliti dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

15. Nadya Permata Kristi, Jessica Dyra, Michelle Hutauruk, Amanda Theana, Diana Putri, Magdalena Nadila, Meilie Christine, Monica Maria, Kristela Lala, Isbel, Michelle, Leonita, Raska dan Clarissa Alda, Revi Narwastu, Gracia Irene, dan Putri Anastasia sebagai tim basket ilkom ISL yang telah menghibur peneliti dengan bermain basket bersama dan mendukung peneliti dalam menjalani proses perkuliahan ini.
16. Semua orang yang pernah memberikan dukungan kepada peneliti. Peneliti tidak dapat menyebutkan namanya satu per satu, namun peneliti sangat mengucapkan terima kasih atas dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi peneliti. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Terima Kasih, Tuhan memberkati.

Jakarta, 25 Februari 2021

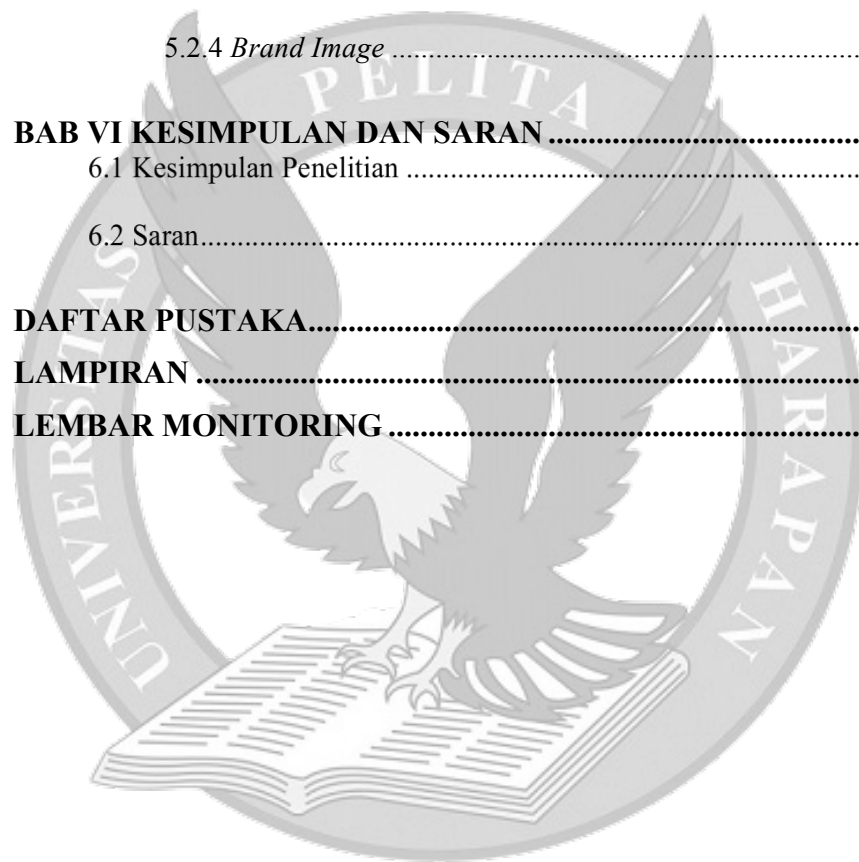
Amira Siti Latisha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Akademik	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.6 Sistematika Penelitian	10
BAB II OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	12
2.1 Objek Penelitian	12
2.1.1 Strategi Promosi Akun @duacoffee Berdasarkan <i>Brand</i> <i>Image</i>	13
2.2 Subjek Penelitian.....	17
2.2.1 Dua Coffee Shop.....	18
2.2.2 <i>Marketing</i> Dua Coffee Shop	20

BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	22
3.1 Definisi Komunikasi	22
3.2 Pengertian <i>Public Relations</i>	24
3.2.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	26
3.2.2 Tujuan <i>Public Relations</i>	27
3.2.3 12 Tahap Perencanaan – Anne Gregory	29
3.3 Pengertian <i>Marketing Public Relations</i>	30
3.3.1 Peranan <i>Marketing Public Relations</i>	31
3.3.2 Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	33
3.3.3 Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	34
3.4 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	35
3.5 <i>Marketing Mix</i>	38
3.6 Pengertian Media Sosial.....	42
3.6.1 Media Sosial Instagram	43
3.7 <i>Brand Image</i>	45
3.8 Kerangka Pemikiran.....	50
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	51
4.1 Pendekatan Penelitian	51
4.2 Metode Penelitian.....	53
4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	58
4.3.1 Data Primer	59
4.3.2 Data Sekunder.....	61
4.5 Informan Kunci dan Informan	62
4.6 Unit Analisis	63
4.7 Teknik Keabsahan Data	64
4.8 Analisis Data	64

4.9 Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	67
5.1 Hasil Penelitian	67
5.2 Pembahasan.....	82
5.2.1 Strategi.....	83
5.2.2 Penggunaan Akun Instagram @duacoffee.....	85
5.2.3 <i>Marketing Mix</i>	87
5.2.4 <i>Brand Image</i>	103
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	120
6.1 Kesimpulan Penelitian	120
6.2 Saran.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126
LAMPIRAN	A-1
LEMBAR MONITORING.....	B-1



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Akun Instagram Dua Coffee Shop	15
Gambar 2. 2 Logo Dua Coffee Shop.....	18
Gambar 2. 3 Promo-promo Dua Coffee Shop.....	20
Gambar 3. 1 Kerangka Pemikiran.....	50
Gambar 5. 1 Produk Makanan dan Minuman pada Akun Instagram @duacoffee	89
Gambar 5. 2 Penggunaan Bahasa pada Instagram @duacoffee.....	90
Gambar 5. 3 Harga Produk yang Tercantum pada Instagram @duacoffee.....	91
Gambar 5. 4 Bio pada Akun Instagram @duacoffee	93
Gambar 5. 5 Kegiatan Promosi dalam <i>Highlight</i> 'Promo' Instagram @duacoffee	95
Gambar 5. 6 Kegiatan Promosi Edukasi Bertema ' <i>Cupping</i> ' Instagram @duacoffee	96
Gambar 5. 7 Kegiatan Promosi Webinar dalam Akun Instagram @theexperts.id	97
Gambar 5. 8 Respon pada Akun Instagram @duacoffee.....	100
Gambar 5. 9 Membangun Reputasi melalui Akun Instagram.....	101
Gambar 5. 10 Respon Terkait Produk Minuman	102
Gambar 5. 11 Respon Terkait Tempat	103
Gambar 5. 12 Konten <i>Template Colorful</i>	108
Gambar 5. 8 Profil Instagram Dua Coffee Shop.....	111
Gambar 5. 9 Kegiatan <i>Live Music</i> Acara BNI di Dua Coffee.....	112
Gambar 5. 10 Kumpulan Kegiatan Kolaborasi Kepedulian Terhadap Komunitas	113
Gambar 5. 11 Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Dua Coffee.....	115
Gambar 5. 12 Suasana Pelayanan Dua Coffee Shop Sebagai 'Rumah Kedua'	117
Gambar 5. 13 <i>Hampers</i> Dua Coffee Shop	118

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Pertanyaan Wawancara 1 A-1

Transkrip Wawancara 1 A-2

Transkrip Wawancara 2 A-3

Transkrip Wawancara 3 A-4

Open Coding 1 A-5

Open Coding 2 A-6

Open Coding 3 A-7

Axial Coding 1 A-8

Selective Coding 1 A-9

LAMPIRAN B

LEMBAR MONITORING B-1

LOLOS CEK TURNITIN B-2

CURRICULUM VITAE B-3