



STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS ETER ROOM

COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS

PELANGGAN

Irma Septiana

44218110193

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2023



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS ETER ROOM
COFFEE DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN**

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh:

Irma Septiana

44218110193

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Septiana

NIM : 44218110193

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Eter Room

Coffee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan. Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 September 2023



Irma Septiana
44218110193

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Irma Septiana
NIM : 44218110193
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Eter Room
Coffee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom ()
NIDN : 0322088201
Ketua Penguji : Dr. Elly Yuliawati, M.Si ()
NIDN : 0324077101
Penguji Ahli : Siti Muslichatul M,M.Ikom ()
NIDN : 0326089202

Jakarta, 01 September 2023

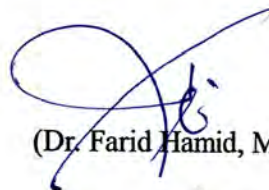
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Marketing Public Relations Eter Room Coffee Dalam Mempertahankan loyalitas Pelanggan” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar mengarahkan dan membimbing peneliti
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
5. Yuliawati, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Universitas Mercu Buana Jakarta khususnya Program Studi Public Relations yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam Ilmu Public Relations.
7. Kepada para informan Ari Danu Saputro, Reynaldy Setiawan, Ahmad Sapta Rengga, Muhammad Lucky Ramadhan, Verza Amalia Sani, dan Teman-Teman Eter Room Coffee lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu yang bersedia meluangkan waktu dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua, Ayah Dodi Irfan dan Ibu Alm. Halimah atas doa, bimbingan, kasih sayang yang selalu tercurah selama ini. Serta seluruh keluarga Khususnya Bunda, Nenek Dan Mama yang selalu memberikan segala hal yang terbaik.

9. Seluruh teman-teman Khususnya Alm Cahya, Anna, Eja, Ega, Firman, Irut, Awalia yang selalu menjadi teman motivasi dalam pengerjaan Tugas Akhir.
10. Kepada Fadli, Aldi, dan juga Apri dalam bimbingan dan masukan Sampai saat ini.
11. Rekan Kerja di PT Telkom Indonesia maupun Seluruh Brand yang mempercayai sebagai KOL yang telah memberikan dukungan serta pengertian dalam waktu penyelesaian Tugas Akhir ini.
12. Ibu dan Bapak serta seluruh mamang pedagang dalam memberikan semangat dalam bentuk makanan maupun minuman selama waktu penyusunan Tugas Akhir.
13. Dan seluruh kerabat serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini peneliti telah berusaha untuk menyajikan yang terbaik, tetapi dengan penuh kesadaran bahwa tidak ada kesempurnaan yang mutlak pada karya manusia, sehingga perlu adanya masukan saran dan kritik yang bersifat membangun guna memperoleh hasil yang lebih baik untuk yang akan datang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 September 2023

Irma Septiana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Septiana

NIM : 44218110193

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Eter Room

Coffee Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 01 September 2023

Yang menyatakan,

 
(Irma Septiana)

ABSTRAK

Nama : Irma Septiana
NIM : 442181100141
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Eter Room Coffee
Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan
Pembimbing : Suryaning Hayati SE, MM, M.Ikom

Berkembangnya bisnis kedai kopi di perkotaan mengharuskan para penggiatnya untuk terus berinovasi. Hal ini menjadi penting karena berkenaan dengan rasa loyalitas di antara kalangan pelanggan. Eter Room Coffee sebagai salah satu *coffee shop* di kota Jakarta lantas memposisikan diri sebagai kedai kopi yang membuka ruang berkesenian, dan terkandung di dalam beberapa aktivasi marketing *public relations*. Penelitian ini menemukan, bahwa *three ways marketing public relations* yang diterapkan Eter Room Coffee memiliki dampak bagi loyalitas pelanggan, meskipun masih terdapat beberapa faktor lain yang ikut dapat mempengaruhi.

Kata Kunci: *Marketing public relations, loyalitas pelanggan, Eter Room Coffee.*

MERCU BUANA

ABSTRACT

Nama : Irma Septiana
NIM : 442181100141
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Eter Room Coffee
Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan
Pembimbing : Suryaning Hayati SE, MM, M.Ikom

The development of the coffee shop business in urban areas requires its activists to continue to innovate. This is important because it relates to a sense of loyalty among customers. Eter Room Coffee, as one of the coffee shops in the city of Jakarta, positions itself as a coffee shop that opens an arts space, and is included in several marketing public relations activations. This research found that the three ways marketing public relations implemented by Eter Room Coffee has an impact on customer loyalty, although there are still several other factors that can influence it.

Keywords: *Marketing public relations, customer loyalty, Eter Room Coffee.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 <i>Kajian Teoritis</i>	11
2.2.1 Public Relations	11
2.2.2 Strategi Marketing Public Relations	14
2.2.3 Loyalitas Pelanggan	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Paradigma Penelitian	20
3.2 Metode Penelitian	20
3.3 Subjek Penelitian	21

3.3.1 Key Informan	21
3.3.2 Informan.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4.1 Data Primer	24
3.4.1.1 Observasi.....	24
3.4.1.3 Dokumentasi	25
3.4.2 Data Sekunder	25
3.5 Teknik Analisis Data	25
3.5.1 Pengumpulan Data	26
3.5.2 Reduksi Data	26
3.5.3 Penyajian Data	26
3.5.4 Penarikan Simpulan	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.2 Karakteristik Informan.....	31
4.3 Hasil Penelitian.....	32
4.3.1 Eter Room Coffee	33
4.3.2 Strategi Marketing PR Eter Room	35
4.3.3 Strategi Marketing Public Relations Eter Room dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	48
4.4 Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	71
5.2.1 Saran Praktis	71
5.2.2 Saran Akademis	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hlm.
1.1. Fasad Eter Room Coffee	4
1.2. Unggahan IG Eter Room Coffee	5
4.1 Menu Eter Room Coffee	37
4.2 Rak Cat Semprot di Eter Room Coffee	38
4.3 Tampak Dalam Eter Room Coffee	40
4.4 Order Area di Eter Room Coffee	40
4.5 Profil Instagram Eter Room Coffee	44
4.6 Merchandise dan Sticker Eter Room Coffee	45
4.7 Foto Event Daring Eter Room Coffee	45
4.8 Foto Event Pembukaan Eter Room Coffee	46
4.9 Publikasi Eter Room Coffee di Media Digital	47
4.10 Aksis Sosial Masyarakat Eter Room Coffee	49
4.11 Desain Web Eter Room Coffee	51
4.12 Unggahan Instagram Seniman Grafis	52
4.13 Promo Eter Room Coffee Kemerdekaan	54
4.14 Contoh Event dan Promosi Eter Room Coffee	54

DAFTAR TABEL

Tabel		Hlm.
2.1	Penelitian Terdahulu	8
4.1	Struktur Organisasi Eter Room Coffee	32
4.2	Karakteristik Informan Eter Room Coffee	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hlm.
Lampiran 1 Surat Permohonan Wawancara.....	75
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Dengan Key Informan.....	79
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Dengan Key Informan 2.....	82
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Dengan Informan 3	84
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Dengan Informan 4	86
Lampiran 6 Dokumentasi Co-founder Eter Room Coffe dan Digital Marketing Officer Eter Room Coffee.	89
Lampiran 7 Dokumentasi Informan Eter Room Coffee.....	91
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan.	92
Lampiran 9 Curriculum Vitae Mahasiswa	94

