



**PENGARUH STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA KOPI PRAJA
(Studi Eksplanatif Pada Konsumen Kopi Praja di Store Bintaro)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Asri Noviantie
44220010002

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asri Noviantie
NIM : 44220010002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Strategi *Public Relation* Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Kopi Praja

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, 24 Juni 2024



Asri Noviantie

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Asri Noviantie
NIM : 44220010002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Strategi *Public Relation* Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Kopi Praja

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

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Dr. Ervan Ismail, S.Sos, M.Si

NIDN : 0312017103

Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom

NIDN : 0316129201

Penguji Ahli : Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom

NIDN : 0308018703



MERCU BUANA

Jakarta, 24 Juni 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Dr. Farid Hamid, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah membimbing hamba-Nya menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan penuh kemudahan. Berkat rahmat dan ridho-Nya tidak mungkin Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Laporan ini disusun untuk memenuhi syarat Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Laporan ini penulis susun dengan segala keterbatasan, baik itu dalam penyusunan kata, kalimat dan bahasa maupun dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan sebagaimana layaknya.

Di dalam penelitian ini penulis membahas tentang “Pengaruh Strategi Public Relation Dalam Membangun Brand Awareness Pada Kopi Praja”. Penulisan Tugas Akhir ini tidak akan berlangsung dengan lancar tanpa adanya motivasi, dukungan, serta bantuan dari seluruh pihak yang terlibat dan membantu penulis menyusun laporan ini. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada

1. Ervan Ismail, S. Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Ketua Sidang
3. Zulmi Savitri, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Penguji
4. Elly Yulawati, Dr. M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
8. Sebagai ungkapan terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada Kedua Orang Tua tercinta dan tersayang yang telah menjadi penyemangat terkuat penulis, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi dengan penuh keiklasan yang tak terhingga kepada penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
9. Kepada cinta kasih kakak kandung saya Anisa Nadiyah tercinta dan

tersayang yang telah memberikan doa, usaha, semangat dan motivasi yang tiada hentinya kepada adik terakhir sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Anugerah Panca Pratama Saragih. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya, telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu maupun materi. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal menemani, mendukung maupun menghibur dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah, memberi semangat pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
11. Kepada keponakan saya Zayn dan Rayn sebagai recharge energy saya.
12. Vina Ernia yang sudah mau di ajak untuk berjuang, berlari dan support satu sama lain untuk mengejar skripsi ini.
13. Kepada teman saya Pirda yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Juni 2024

Asri Noviantie

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Asri Noviantie
NIM : 44220010002
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Strategi *Public Relation* Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Kopi Praja

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, 24 Juni 2024

Yang menyatakan,



Asri Noviantie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Teoretis	28
2.2.1. Komunikasi.....	28
2.2.2. Teori <i>Stimulus Organism Response</i> (S-O-R) Model	35
2.2.3. <i>Public Relations</i>	37
2.2.4. <i>Strategi Public Relations</i>	38
2.2.5. <i>Brand Awareness</i>	41
2.2.6. Pengaruh <i>Brand Awareness</i>	43
2.3. Hipotesis Teori.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1. Paradigma Penelitian	46
3.2. Metode penelitian	47
3.3. Populasi dan Sampel	49

3.3.1.	Populasi	47
3.3.2.	Sampel	48
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel	49
3.4.	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	50
3.4.1.	Definisi Konsep.....	50
3.4.2.	Karakteristik Responden	53
3.4.3.	Operasionalisasi Konsep.....	53
3.4.4.	Kerangka Berpikir	57
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5.1.	Data Primer	59
3.5.2.	Data Sekunder	59
3.6.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	60
3.6.1.	Uji Validitas	60
3.6.2.	Uji Reliabilitas	64
3.7.	Teknik Analisa Data.....	66
3.7.1.	Analisis Koefisien Determinasi	66
3.7.2.	Analisis Regresi Linier Sederhana	67
3.7.3.	Uji T (Uji Parsial).....	67
3.7.4.	Uji F (Uji Simultan).....	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		69
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.1.1.	Sejarah	69
4.1.2.	Visi-Misi	70
4.1.3.	Struktur	71
4.1.4.	Logo Kopi Praja.....	72
4.1.5.	Lokasi Kopi Praja	72
4.1.1.	Produk-Produk	72

4.2. Hasil Penelitian	73
4.2.1. Analisis Deskriptif.....	73
1. Karakteristik Identitas Responden	73
2. Deskriptif Tanggapan Responden.....	77
4.2.2. Hasil Analisis Determinasi	80
4.2.3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	81
4.2.4. Hasil Uji t (Parsial).....	81
4.2.5. Hasil Uji f (Simultan).....	82
4.3. Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran.....	89
5.2.1. Saran Akademis	89
5.2.2. Saran Praktis.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Berita Kopi Praja.....	4
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir	58
Gambar 4.1. Logo Kopi Praja.....	72
Gambar 4.2. Produk-Produk.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1. Karakteristik Responden.....	53
Tabel 3.2. Operasionalisasi Konsep.....	53
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	61
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	63
Tabel 3.5. Koefisien Reliabilitas.....	65
Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	65
Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	65
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	74
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	74
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan. ...	76
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Minum Kopi Sehari.....	77
Tabel 4.7. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Strategi Public Relation</i>	77
Tabel 4.8. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Awareness</i>	79
Tabel 4.9. Hasil Analisis Determinasi.....	80
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	81
Tabel 4.11. Hasil Uji T (Parsial).....	81
Tabel 4.12. Hasil Uji F (Simultan).....	82