



**Strategi Marketing Public Relations Penantian Cafe And Resto
dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kolaborasi
Usaha Kecil dan Menengah dibidang Kuliner)**

Disusun Oleh :

Rahma Syadilla - 44221110015



Dosen Pembimbing :

Dr. Farid Hamid, M. Si

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Syadilla
NIM : 44221110015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public
Relations Penantian Cafe And Resto dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kolaborasi Usaha Kecil dan Menengah dibidang Kuliner)

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.

Jakarta, 8 Agustus 2025



Rahma Syadilla

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rahma Syadilla
NIM : 44221110015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Penantian
Cafe And Resto dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kolaborasi Usaha
Kecil dan Menengah dibidang Kuliner)

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 : Dr. Farid Hamid, M. Si

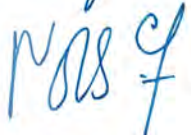
NIDN : 0301117301

Ketua Penguji : Novi Erlita, S. Sos, MA

NIDN : 0309118502

Penguji Ahli : Wiyanto Hidayatulloh, S.Ikom, M.Ikom

NIDN : 0330019002

()
()
()

Jakarta, 8 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

()
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Rahma Syadilla
NIM : 44221110015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations
Penelitian Cafe And Resto dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kolaborasi Usaha Kecil dan Menengah dibidang Kuliner)

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, 8 Agustus 2025

Yang menyatakan,

(Rahma Syadilla)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi marketing public relations yang diterapkan oleh Penantian Cafe and Resto dalam membangun brand awareness, khususnya melalui kolaborasi dengan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di bidang kuliner. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penantian Cafe and Resto menggunakan strategi marketing public relations melalui pendekatan pull, push, dan pass. Strategi ini diwujudkan dalam bentuk pemanfaatan media sosial, kerja sama dengan influencer lokal, serta kegiatan kolaboratif dengan UKM lain dalam event kuliner dan promosi bersama. Strategi tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek di kalangan konsumen. Namun demikian, beberapa hambatan seperti keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia menjadi tantangan dalam pelaksanaan strategi MPR ini. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UKM untuk memahami pentingnya penerapan strategi komunikasi yang terarah dan kolaboratif dalam membangun brand awareness.

ABSTRACT

This research aims to identify the marketing public relations strategy implemented by Penantian Cafe and Resto in building brand awareness, particularly through collaborations with Small and Medium Enterprises (UKM) in the culinary sector. The research method used is descriptive qualitative with a constructivist paradigm approach. Data collection techniques include in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that Penantian Cafe and Resto applies marketing public relations strategies using the pull, push, and pass approaches. These strategies are implemented through the use of social media, collaboration with local influencers, and joint promotional activities with other UKM. The strategies have proven effective in enhancing brand visibility and awareness among consumers. However, challenges such as budget constraints and limited human resources remain significant obstacles in executing the MPR strategy. This study provides practical insights for UKM actors to understand the importance of targeted and collaborative communication strategies in building brand awareness.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Strategi Marketing Public Relations Penantian Cafe And Resto dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Kolaborasi Usaha Kecil dan Menengah dibidang Kuliner)” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si , selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pemikiran dalam membimbing penulis dengan sabar dan penuh perhatian.

2. Ayahanda tercinta Alm. H. Nana Suryana, yang meskipun telah tiada, cinta, semangat, dan nilai-nilai kehidupan yang beliau tanamkan tetap hidup dalam setiap langkah penulis. Doa dan kenangan akan Ayah selalu menjadi sumber kekuatan yang mengiringi penulis dalam menyelesaikan setiap proses pendidikan ini, termasuk dalam penulisan skripsi ini. Semoga segala amal kebaikan Ayah diterima di sisi Tuhan Yang Maha Esa, dan semoga pencapaian ini dapat menjadi salah satu bentuk bakti dan persembahan sederhana dari anakmu.
3. Mama tercinta, Ibu Ai Amira. Atas doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tiada henti dan selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih sayang tanpa batas. Terima kasih atas setiap pengorbanan, nasihat, dan pelukan hangat yang selalu mampu menenangkan di tengah lelah dan ragu. Segala jerih payah dan keberhasilan ini tidak mungkin tercapai tanpa kehadiran dan peran Mama yang luar biasa. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada Mama.
4. Seluruh keluarga besar, terutama Uwa Ella Shella, Tante Euis Zhubaedah, serta adik-adik tercinta, Aura Nayla Maulida, Kirana Puteri Namira, dan Adilla Ameera Surya yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan doa selama proses studi hingga penyusunan skripsi ini. Kehangatan dan dukungan dari kalian menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah berjalan sendiri dalam perjalanan ini. Terima kasih atas kebersamaan, candaan, serta kasih sayang yang tak ternilai. Kehadiran kalian menjadi

sumber semangat yang luar biasa, terutama di saat-saat penuh tekanan dan kelelahan.

5. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Ketua Program Studi Public Relations, serta seluruh dosen dan staf akademik yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi.
6. Teman-teman seperjuangan, atas dukungan moral, kerja sama, dan semangat yang saling menguatkan.
7. Seseorang yang istimewa, Muhammad Rifqi Tsani, yang selalu setia memberikan dukungan, semangat, dan pengertian selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, doa, dan kebersamaan yang menjadi penguat di tengah segala tantangan. Kehadiranmu menjadi salah satu alasan penulis tetap bertahan dan terus maju hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Bapak Gema Raya Faatihah selaku pemilik Penantian Cafe and Resto, Irzii selaku barista, Salsa Nabilla selaku Pelaku UKM Kuliner, dan Customer yang telah memberikan informasi dan wawasan yang sangat berguna dalam penyusunan penelitian ini. Dukungan dan kerja sama yang diberikan sangat membantu dalam memperkaya data dan analisis penelitian ini.

Jakarta, 18 Juni 2025

Rahma Syadilla

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis:.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis	30
2.2.1 Komunikasi.....	30
2.2.2 Public Relations	41
2.2.3 Fungsi Public relations.....	43
2.3 Marketing Public Relations	45
2.4 Strategi Marketing Public Relations.....	48
2.4.1 Pengertian Strategi	48
2.4.2 Pengertian Strategi Marketing Public relations	49
2.4.3 Jenis-Jenis Strategi.....	51
2.5 Brand Awareness.....	52
2.5.1 Pengertian Brand Awareness	52

2.5.2 Membangun Brand Awareness	53
2.6 Usaha Kecil dan Menengah (UKM).....	54
2.6.1 Pengertian Usaha Kecil dan Menengah (UKM)	54
2.6.2 Jenis – Jenis UKM	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	57
3.1 Paradigma Penelitian	57
3.2 Metodologi Penelitian	58
3.3 Subjek Penelitian	61
3.3.1 Waktu Pelaksanaan	63
3.4 Teknik Pengumpulan Data	63
3.4.1 Data Primer	64
3.4.2 Data Sekunder	64
3.5 Teknik Analisis Data	65
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Objek Penelitian	69
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Deskripsi Umum Penantian Cafe And Resto.....	70
4.2.2 Strategi Marketing Public Relations Penantian Cafe And Resto.....	75
4.2.3 Peran Media Sosial dalam MPR Penantian Cafe and Resto	80
4.2.4 Kolaborasi dengan UMKM sebagai Strategi Peningkatan Brand Awareness.....	82
4.2.5 Hambatan Yang Dialami Penantian Cafe and Resto dalam Penerapan Strategi MPR	84
4.2.6 MPR dalam meningkatkan Brand Awareness	87
4.3 Pembahasan	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Akademis	95
5.2.2 Saran Praktis	96

DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

