



Judul Skripsi :

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* KEDAI KOPI SALLO DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DI MASA PANDEMI**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Sulthan Alkautsar

NIM : 1710411030



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Muhammad Sulthan Alkautsar

NIM : 1710411030

Tanggal : 15 Februari 2021

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Februari 2021



Muhammad Sulthan Alkautsar

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sulthan Alkautsar

NIM : 1710411030

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* KEDAI KOPI SALLO DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DI MASA PANDEMI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 13 Februari 2021

Yang menyatakan,



Muhammad Sulthan Alkautsar

Lembar Pengesahan Skripsi

Nama : Muhammad Sulthan Alkautsar

NIM : 1710411030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : *Strategi Marketing Public Relations* dalam
Mempertahankan Loyalitas Pelanggan di Masa Pandemi (Studi deskriptif Pada
Coffee Shop Sallo Coffee)

Bahwa penulisan skripsi ini telah disetujui oleh Dekan, Ketua Program Studi, dan Dosen Pembimbing dan dinyatakan layak untuk penilaian.

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I



Yani Hendrayani, Ph. D.

DEKAN



Dr. Dudi Heryadi

Kepala Program Studi



Maria Febiana Christanti, M.Si

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	II
PERNYATAAN PUBLIKASI	III
LEMBAR PENGESAHAN.....	IV
DAFTAR ISI	V
DAFTAR TABEL	VII
DAFTAR GAMBAR.....	VIII
ABSTRAK	IX
ABSTRACT	X
KATA PENGANTAR	XI
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 Signifikansi Penelitian	13
1.2 Pertanyaan Penelitian	22
1.3 Fokus Penelitian	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Manfaat Penelitian	23
1.5.1 Manfaat Akademis	23
1.5.2 Manfaat Praktis	23
1.6 Sistematika Penulisan	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Konsep Penelitian	34
2.3 Teori Penelitian	47
2.4 Kerangka Penelitian	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1 Metode Penelitian	53
3.2 Teknik Penentuan Informan	54

3.2.1 Informan	54
3.2.2 <i>Key Informan</i>	55
3.3 Subjek Penelitian	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.4.1 Wawancara	56
3.4.2 Studi Pustaka	57
3.5 Validasi dan Keabsahan Data	61
3.6 Teknik Analisis Data	61
3.7 Lokasi, Tahapan Kegiatan, dan Waktu Penelitian	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	65
4.1.1 Profil <i>Sallo Coffee</i>	65
4.1.2 Informan	66
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Pandemi bagi <i>Sallo Coffee</i>	67
4.2.2 Strategi <i>Sallo Coffee</i> di Masa Pandemi	71
4.2.3 Loyalitas Pelanggan	82
4.3 Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
DAFTAR TABEL	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	56
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara	58
Tabel 3.3 Daftar Perencanaan Waktu Pelaksanaan	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Minat Masyarakat.....	13
Gambar 1.2 Konsumsi Kopi Nasional.....	15
Gambar 1.3 Siasat UMKM Lewati Pandemi.....	18
Gambar 1.4 Presentase Dampak <i>Covid-19</i> Bagi Perusahaan.....	20
Gambar 4.1 Jam Operasional Sallo.....	76
Gambar 4.2 Protokol Kesehatan <i>Sallo Coffee</i>	77
Gambar 4.3 <i>Loyalty Membership Sallo Coffee</i>	79
Gambar 4.4 Produk Kopi Sallo	85
Gambar 4.5 Loyalitas Pelanggan	95
Gambar 4.6 <i>Instagram Sallo Coffee</i>	98
Gambar 4.7 <i>Live Music and Virtual Event</i>	100
Gambar 4.8 Berita <i>Sallo Coffee</i>	101
Gambar 4.9 Produk dan Harga.....	103

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* KEDAI KOPI SALLO DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN DI MASA PANDEMI

MUHAMMAD SULTHAN ALKAUTSAR

ABSTRAK

Sallo Coffee adalah sebuah kedai kopi yang berada di Jakarta. Menjaga hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang merupakan bagian dari tugas seorang *Public Relations* (PR). Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui strategi *marketing Public Relations Sallo Coffee* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di masa pandemi. Pada masa pandemi, apa yang menjadi tantangan untuk menerapkan strategi *marketing PR* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme yang mana peneliti melakukan penelitian dengan PR agar dapat merekonstruksi realitas yang ada. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa penerapan strategi *marketing PR* pada masa pandemi tidak dapat dilakukan semua sesuai dengan konsep PR yang ada karena keterbatasan aktifitas yang memang harus dijalankan sesuai dengan regulasi pemerintah. Media sosial *Instagram* adalah salah satu media untuk melakukan promosi produk *Sallo Coffee* serta memberikan informasi produk demi menjaga hubungan dengan pelanggan atau *customers relations*. Internet adalah kunci karena situasi kondisi pandemi tidak memungkinkan untuk melakukan banyak kontak fisik seperti yang diharapkan. Dengan adanya promosi di media sosial *Instagram* juga dapat dikatakan efektif sehingga loyalitas pelanggan terjaga di masa pandemi.

Kata kunci : Loyalitas Pelanggan, *Marketing Public Relations*, Strategi.

***PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY OF KEDAI SALLO COFFEE
IN MAINTAINING CUSTOMER LOYALTY IN THE PANDEMIC TIME***

MUHAMMAD SULTHAN ALKAUTSAR

ABSTRACT

Sallo Coffee is a coffee shop located in Jakarta. Maintaining relationships with customers for the long term is part of the job of a Public Relations (PR). In this study, the authors wanted to know the marketing strategy of Sallo Coffee's Public Relations in maintaining customer loyalty during the pandemic. During a pandemic, what is the challenge to implement a PR marketing strategy in maintaining customer loyalty. The paradigm used in this research is the constructivism paradigm in which the researcher conducts research with PR in order to reconstruct the existing reality. The approach used is a qualitative approach with descriptive research through interviews, observation, and documentation. The results of this study are that the implementation of PR marketing strategies during the pandemic cannot be done all according to the existing PR concept because of the limited activities that must be carried out in accordance with government regulations. Social media Instagram is a medium for promoting Sallo Coffee products and providing product information in order to maintain relationships with customers or customers relations. The internet is key as a pandemic situation does not allow for as much physical contact as one might expect. With the promotion on Instagram social media it can also be said to be effective so that customer loyalty is maintained during a pandemic.

Keywords : *Customer Loyalty, Strategy Marketing Public Relations.*

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunianya lah saya masih diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan laporan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul “**Strategi *Marketing Public Relations* dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan *Dine In* di Masa Pandemi (Studi Deskriptif Pada *Coffee Shop*)**”.

Penulis menyadari bahwa penelitian yang dibuat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya masukan, saran dan kritik. Penulis mengharapkan penelitian yang telah dibuat ini memberikan manfaat yang sebaik-baiknya bagi berbagai pihak.

Selama proses penulisan dan penyelesaian penelitian ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Puji dan syukur penulis senantiasa penulis ucapkan pada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Berkat umur, kesehatan, dan kekuatan dari Allah SWT penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan tepat waktu. Penulis ucapkan terima kasih pada Ayah Fiky, Almh. Mamah, Fadhel, Jiddah, Tania, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama melakukan penelitian sampai dengan penyusunan skripsi ini selesai. Terima kasih untuk selalu memberikan doa-doa indah kepada penulis dan selalu mengingatkan penulis untuk berusaha keras dan untuk selalu ingat kepada Allah dan menjalankan kewajiban. Skripsi ini penulis dedikasikan untuk Almarhumah Mamah tercinta Tuti Nur Azizah.

1. Ibu Yani Hendrayani, Ph.D

Penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Yani selaku dosen pembimbing penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah memberikan masukan dan saran yang baik selama membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

2. Ibu Dra. Hermina S.MM.

Penulis menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Hermina selaku dosen pembimbing penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah memberikan masukan dan saran yang baik selama membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

3. *Sallo Coffee*

Terima kasih penulis sampaikan kepada *Sallo Coffee* yang telah memberikan saya kesempatan untuk melakukan riset penelitian, saya sangat banyak mendapat ilmu baru mengenai Strategi MPR sebuah *Coffee Shop*.

4. Teman-teman *Sallo Coffee*

Terima Kasih kepada Yusril, Kak Ayu, Mas Tio.

5. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017

Terima kasih kepada teman-teman yang selalu membantu penulis dalam mendapatkan informasi penting, dan menyemangati penulis.

Jakarta , 5 November 2020

Penulis,



Muhammad Sulthan Alkautsar