

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Signifikasi Penelitian

Kopi merupakan sebuah minuman yang di kenal memiliki rasa dan aroma yang khas. Saat ini kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat zaman sekarang dalam berkomunikasi. Peningkatan hidup yang bertambah tergolongnya menengah di Indonesia juga membawa perubahan positif terhadap gaya hidup. Yaitu dalam gaya hidup minum kopi. Minum kopi mengalami perubahan yang sangat besar dari segi usia maupun tempat. Dahulu saat minum kopi biasanya dilakukan di rumah, tetapi saat ini menikmati kopi dapat dilakukan di caffe, restaurant yang berkelas, baik dari segi rasa serta aroma kopi yang berbeda-beda tetapi memiliki rasa yang khas pada setiap kopi.

Minum kopi kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat zaman sekarang, biasanya kopi banyak di minati di kalangan kaum pria dewasa. kini kopi sudah banyak di minati para kaum perempuan. Dengan gaya minum kopi saat acara rapat, pertemuan bisnis, reuni, kencan sambil menikmati minum kopi. Tidak hanya itu sejumlah tempat minum kopi pun didesain secara khusus, sehingga dalam minum kopi kini lebih bersuasana, maka dalam hal ini membuat tren minum kopi terus meningkat.

Dalam mengingat kebutuhan masyarakat yang kian meningkat, menyebabkan banyak perusahaan yang berkompetisi untuk mendapatkan tempat di hati masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dalam usaha berbagai bidang. Menurut data Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), pada 2016 konsumsi kopi nasional Indonesia mencapai 639.000 ton dan kopi robusta sebesar 90persen dari total produksi nasional dan sisanya kopi arabika hanya 10 persen. Berbagai produk kopi spesialti juga akan ditingkatkan dengan menggunakan pupuk organic, sehingga kopi Indonesia akan semakin diminati pasar dunia dengan sertifikat spesialti terutama jenis kopi arabika. (*sumber:www.neraca.co.id*)

Pada saat ini banyak produsen kopi lokal Indonesia, sangat ketat dalam persaingan menarik minat masyarakat terhadap produk lokal Indonesia. Terutama persaingan dalam menyediakan produk lokal 100% Indonesia dengan kualitas yang terbaik. Berdasarkan dari banyaknya peminat masyarakat terhadap kopi, maka untuk mempermudah mempromosikan perusahaan kopi lokal Indonesia, dalam mengenalkan produk barunya.

Khususnya untuk gerai kopi, begitu banyak pilihan produk yang ditawarkan pada masing-masing gerai kopi dan produk yang ditawarkan gerai kopi ini kurang lebih sama, yaitu seperti kopi robusta, arabica, cappuccino, maciato, espresso, vanilalate, dan lain sebagainya. Namun yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah Strategi dalam mempertahankan Eksistensi pada citra rasa kopi tersebut dengan kopi-kopi yang lainnya.

Minuman kopi semakin diminati masyarakat, bisnisnya pun semakin menjamur dan pengusaha saling berlomba menyajikan kopi terbaik bagi para konsumen. Salah satu usaha kopi yang kini tengah booming dikalangan masyarakat adalah Kopi Tuku. Kini Kopi Tuku menjadi viral, bahkan sampai bapak Presiden Republik Indonesia Joko Widodo serta keluarga mengunjungi Kopi Tuku tersebut dan memesan dengan menu kopi “Kopi Susu Tetangga”.

Kopi Tuku adalah sebuah coffee shop yang berdiri sejak 2 tahun, Kopi Tuku merupakan sebuah kedai coffee shop yang tempatnya kecil sehingga ramai di padati pengunjung, Kopi Tuku menggunakan biji kopi lokal untuk meracik menu-menu andalan di gerainya, Kopi Tuku menyediakan berbagai macam rasa serta variasi rasa yang berbeda-beda pada setiap menu kopi, Kopi Tuku yang memiliki keunikan dengan nama menu kopi susu tetangga.

Kopi Tuku memiliki tempat yang minimalis, tidak ada pengunjung yang sedang duduk santai sambil menikmati kopi di dalam ruangan. Sebaliknya, puluhan orang mengantre membeli segelas atau bahkan lebih dari segelas kopi yang di belinya. Antrean mengular hingga ke luar pintu. Calon pembeli yang sudah memesan kopi duduk menunggu di dalam kedai atau duduk sambil merokok di gang kecil yang memang sengaja disediakan oleh si pemilik Kopi Tuku.

Keistimewaan Kopi Tuku dengan nama yang unik dan rasa yang khas menjadikan kopi tersebut sebagai andalan para penikmat kopi. Pada awalnya Kopi Tuku ini memang dibuat untuk para tetangga Kopi Tuku, karena dengan adanya citra rasa yang disesuaikan dengan selera penduduk setempat, yang ternyata lebih menyukai jenis kopi robusta dan arabica. Kopi susu ini menggunakan gula aren sebagai pemanisnya yang menjadikan rasa kopi yang khas dan harga yang terjangkau untuk kalangan umum. Kopi Tuku disajikan dengan dua suguhan baik panas atau dingin sehingga Kopi Tuku banyak di gemari seluruh masyarakat.

Persaingan pun muncul karna banyak cafe yang menjual atau menawarkan cita rasa kopi yang beraneka ragam sehingga Kopi Tuku harus mampu mempertahankan eksistensi Kopi Tuku itu sendiri, dalam penelitian ini Strategi Public relations Kopi Tuku melakukan kegiatan *event* untuk mempertahankan eksistensi Kopi Tuku.

Strategi yang pernah dilakukan oleh kopi tuku dalam mempertahankan eksistensi antara lain, *public relations* dalam melakukan kegiatan *event* yang akan diteliti adalah, *event* kunjungan kedatangan Bapak Presiden Joko Widodo, *event* popular bar company, *event* petroleum Association, *event* Siar Suar Bincang Bincang merupakan salah satu kegiatan dari Kopi Tuku yang berbentuk *event* sebagai penyampaian informasi seputar Kopi Tuku. *Event* merupakan media komunikasi dalam menyampaikan informasi dan pesan dari sebuah perusahaan dengan melakukan interaksi secara langsung dengan konsumen maupun kepada internal perusahaan. Kegiatan *event* memiliki tujuan utama yaitu dengan diadakannya *event* mempromosikan produk dapat lebih dikenal di kalangan masyarakat. Selain dapat mempromosikan produk kegiatan *event* juga dapat terciptanya hubungan komunikasi dua arah. Komunikator dengan komunikan.

Kegiatan *Event* yang di lakukan Kopi Tuku dapat dilakukan dengan bentuk jadwal serta lokasi. Kegiatan *event* biasanya dilakukan setiap sebulan dua kali bahkan tergantung pada Tema *event* yang akan dijalankan. Selain mengadakan kegiatan *event* tentunya memiliki pemahaman dan kepercayaan terlebih dahulu kepada masyarakat terhadap informasi yang telah disampaikan melalui program *event* yang telah dijalankan oleh Kopi Tuku.

*Event* yang dijalankan oleh Kopi Tuku sebagai salah satu strategi perhatian masyarakat terhadap Kopi Tuku, untuk mempertahankan eksistensi Kopi Tuku terhadap kopi-kopi lainnya.

Ketika seseorang suka terhadap produk, maka ia akan memiliki kebiasaan membeli produk tersebut secara terus menerus, sehingga banyak masyarakat akan kembali membeli, karena dengan adanya *event* informasi dari seputaran Kopi Tuku dapat meningkatkan masyarakat untuk kembali membeli. *Event* juga merupakan kegiatan seorang *public relations* Kopi Tuku dalam menjalankan tugas serta pekerjaan yang wajib dilaksanakan pada tiap sebulan dua kali bahkan bisa tidak tentu, karena tergantung dengan tema *event* yang dijalankan.

*Public Relations* merupakan aktivitas penting di dalam sebuah perusahaan. Selain merupakan suatu profesi *Public Relations* adalah suatu usaha untuk melakukan hubungan dengan *publicnya* untuk mencapai tujuan tertentu melalui kegiatan-kegiatan *event*, komunikasi, menyampaikan pesan, terencana, dan berkesinambungan. *Public Relations* bertindak sebagai komunikator mewakili perusahaan atau instansi sehingga seorang *Public Relations* untuk mempertahankan Eksistensi Kopi Tuku terhadap kopi-kopi lainnya. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mendapatkan pengertian dan dukungan dari masyarakat, namun juga berfungsi mempertahankan Eksistensi terhadap persaingan kopi-kopi yang lain. Dalam mempertahankan Eksistensi. *Public Relations* juga bertugas untuk menyebarluaskan nilai-nilai positif kepada masyarakat melalui kegiatan-kegiatan yang ada diperusahaan.

*Public Relations* menciptakan pengertian, pengertian, pemahaman, kesadaran, minat dan dukungan dari berbagai pihak untuk memperoleh citra positif bagi lembaga atau organisasi yang diwakilinya, untuk mempertahankan Eksistensi, perusahaan dapat melakukan kegiatan-kegiatan strategi *Public Relations*, seperti mengadakan *event* atau acara yang melibatkan. Kegiatan tersebut tidak hanya bertujuan untuk mendapat pengertian dan dukungan dari *public Relations*, namun juga berfungsi mempertahankan Eksistensi tersebut. Segala kegiatan *Public Relations* sangat tergantung pada informasi. Oleh karena itu, Strategi kegiatan *event* atau aktivitas *Public Relations* sangat penting demi tercapainya

tujuan yang efektif. Mengamati dan meneliti opini *public* serta mengikuti isu-isu yang berkembang dimasyarakat dapat memberikan masukan untuk program aktivitas *Public Relations*.

Berdasarkan latar belakang, dan penelitian yang telah penulis uraikan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa judul penelitian ini yang berjudul **Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Program Event Siar Suar Bincang bincang.**

## 1.2 Fokus Penelitian

Untuk mempermudah peneliti dalam menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini di fokuskan pada strategi *public relations* kopi tuku dalam mempertahankan eksistensi melalui program *event*, dalam hal ini peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap *event* siar suar bincang-bincang. Untuk mendeskripsikan langkah-langkah yang diambil oleh kopi tuku melalui wawancara secara mendalam yang nantinya akan ditemukan hasil dari penelitian ini.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini penulis ingin merumuskan permasalahan yang hendak di bahas yaitu:

- a. Strategi apa yang dipergunakan oleh *Public Relations* Kopi Tuku dalam mempertahankan Eksistensi melalui program *event* sehingga banyak masyarakat yang mengentahui *coffe shop* Kopi Tuku.
- b. Bagaimana strategi *Public Relations* Kopi Tuku dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Program *Event Siar Suar Bincang*

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti menyimpulkan tujuan penelitian ini untuk menganalisis serta mendalamai strategi *Public Relations* Kopi Tuku dalam Mempertahankan Eksistensi melalui program *Event Siar Suar Bincang bincang*

- a. Untuk mengentahui strategi yang dilakukan oleh Kopi Tuku dengan melakukan program *event*.
- b. Untuk mengetahui proses yang dilakukan kopi tuku dalam menyusun strategi *public relations* dalam mempertahankan eksistensi melalui program *event siar suar bincang bincang*)

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dapat diberikan oleh penelitian dalam penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian yang telah dilaksanakan di harapkan dapat mengembangkan dan menetapkan kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu *Public Relations* terkait dengan hubungan Strategi *Public Relations* Kopi Tuku dalam Mempertahankan Eksistensi melalui program *Event*.

- b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, menjadi bahan masukkan bagi Kopi Tuku untuk lebih meningkatkan serta menyempurnakan kulitas strategi *Public Relations*.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penyusunan penulis penelitian ini mengikuti sistematika penulis sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan dalam penyusunan penulisan penelitian agar dapat lebih dimengerti pembaca.

### **BAB II : KAJIAN TEORI**

Pada bab ini, terdiri dari teori yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan terdiri dari teori dasar, definisi konsep dan kerangka berpikir.

### **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data, fokus penelitian, waktu dan tempat penelitian.

### **BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini merupakan hasil dari memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah gambaran kemampuan penulis dalam memecahkan masalah.

### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan. Pada bab ini memberikan kesimpulan dan saran berdasarkan pembahasan dan analisis yang telah dilakukan untuk dapat menerima pesan secara efektif oleh *Public*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini berisikan sumber-sumber seperti buku, jurnal, dan sumber digital.

## **LAMPIRAN**

Pada bagian ini berisikan lampiran yang mendukung hasil penelitian dan segala persyaratan yang sudah ditentukan oleh Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta. Berisikan mengenai data-data pendukung untuk penelitian ini.

