

PENERAPAN *THREE WAYS STRATEGY*
***MARKETING PUBLIC RELATIONS* KAFE RUUANG KOPI**
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

SKRIPSI

Oleh:

IMA SARINITA

1971650071



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026

PENERAPAN *THREE WAYS STRATEGY*
***MARKETING PUBLIC RELATIONS* KAFE RUUANG KOPI**
DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
(S.I. Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

IMA SARINITA

1971650071



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA

2026



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMUPOLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884
Email: fsipol@ukl.ac.id, Homepage : <https://www.ukl.ac.id/>

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ima Sarinita

NIM : 1971650071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **"PENERAPAN THREE WAYS STRATEGY MARKETING PUBLIC RELATIONS KAFE RUANG KOPI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN"** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Bila terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 2 Juli 2026



Ima Sarinita



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190, Psw. 3461, Faks (021) 80886884
Email: fsisipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**PENERAPAN THREE WAYS STRATEGY MARKETING PUBLIC RELATIONS
KAFE RUUANG KOPI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN**

Oleh:

Nama : Ima Sarinita
No. Induk Mahasiswa : 1971650071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Pembimbing

(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos, M.I.Kom)
NIDN/NIDK: 321058203

Mengetahui,

Ketua Program Studi,

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)
NIDN/NIDK: 0306108902



(Dr. Verdinand Robertua, M.Soc. Sc.)
NIDN/NIDK: 314038602



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

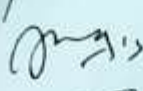
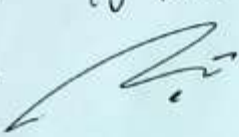
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461, Faks (021) 80886884
Email: fasipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 23 Juni 2026 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Ima Sarinita
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul **"PENERAPAN THREE WAYS STRATEGY MARKETING PUBLIC RELATIONS KAFE RUUANG KOPI DALAM MEMPERTAHAKAN LOYALITAS PELANGGAN"** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.,Si	Sebagai Ketua	
2. Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si	Sebagai Anggota	
3. Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom	Sebagai Anggota	

Jakarta, 2 Juli 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190, Psw. 3461, Faks (021) 80886884
Email: faipsd@ukri.ac.id, Homepage : <https://www.ukri.ac.id/>

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ima Sarinita
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650071
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENERAPAN THREE WAYS STRATEGY
MARKETING PUBLIC RELATIONS KAFE RUUANG
KOPI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang
Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada
tanggal 2 Juli 2026

Jakarta, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Ketua Sidang/ Penguji I

(Prof. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.,Si)

Penguji II

(Sunengsih Simatupang, S.S., M.Si)

Penguji III

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.
Telp. (021)-8092425, 8009190, Psw. 3461, Faks (021) 80886884
Email: fsipol@uki.ac.id, Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Ima Sarinita
Nomor Induk Mahasiswa : 1971650071
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul Skripsi : PENERAPAN THREE WAYS STRATEGY
MARKETING PUBLIC RELATIONS KAFE RUUANG
KOPI DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS
PELANGGAN

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 2 Juli 2026

Yang menyatakan,



Ima Sarinita

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Penerapan *Three Ways Strategy Marketing Public Relations* Kafe Ruuang Kopi Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan”**. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang peneliti lakukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa doa, bantuan serta dukungan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

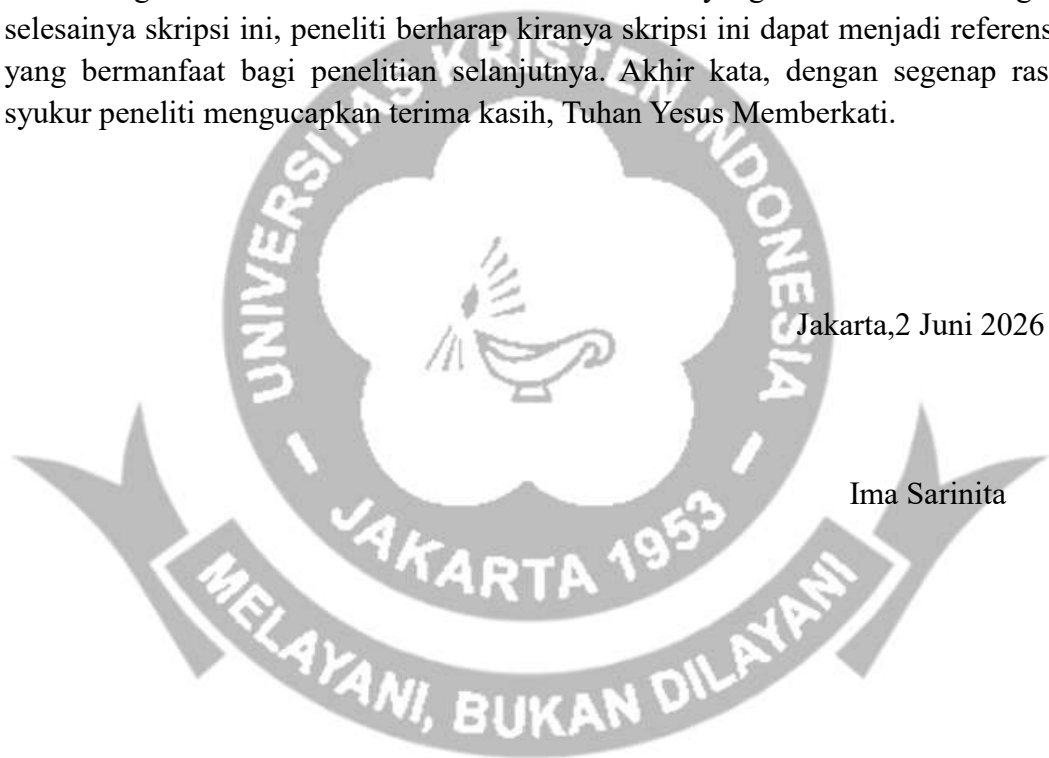
1. Dosen Pembimbing peneliti Ibu Dr. Helen Diana Vida, S. Sos., M.I. Kom, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini. Peneliti sangat bersyukur memperoleh kesempatan menjadi mahasiswa bimbingan Ibu Helen. Ilmu, pengalaman, dan arahan yang diberikan menjadi bekal yang sangat berharga bagi peneliti. Semoga Ibu Helen senantiasa diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan kesuksesan dalam menjalankan aktivitas.
2. Ibu Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia dan Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia yang peneliti tidak bisa sebutkan satu persatu, terima kasih untuk waktu, ilmu dan pengalaman selama masa studi, serta Seluruh Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia (UKI), terima kasih banyak juga karena telah banyak membantu dan mendukung peneliti selama masa studi. Bantuan dan pelayanan yang diberikan sangat membantu kelancaran proses akademik peneliti.
3. Kepada teman-teman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia (UKI) angkatan 2019, khususnya kepada geng benar-benar ya: Arviani, Florensyah, Grescyel, Jeniarti, Nova dan Sabrina yang telah menjadi sahabat baik dan teman seperjuangan selama masa studi di Universitas Kristen Indonesia (UKI). Terima kasih banyak kalian selalu ada, terima kasih telah memberikan warna kepada peneliti selama masa studi ini. Dukungan, bantuan dan kenangan yang kita bagi bersama akan selalu peneliti ingat. Semoga kita tetap selalu kompak.

4. Orangtua peneliti Ibu Nurli Sianturi dan Bapak Arnold Kristoffel Panjaitan, terima kasih banyak untuk segala dukungan, doa dan selalu memberikan peneliti semangat agar peneliti bisa segera menyelesaikan skripsi.
5. Dan terakhir, peneliti mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Ima Sarinita, atas segala perjuangan, ketekunan dan semangat dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini. Berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi berhasil dilalui dengan penuh kesabaran dan tekad. Berkat penyertaan Tuhan serta keyakinan untuk tidak menyerah, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.

Semoga Tuhan membalas kebaikan kalian semua yang tertulis diatas. Dengan selesainya skripsi ini, peneliti berharap kiranya skripsi ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata, dengan segenap rasa syukur peneliti mengucapkan terima kasih, Tuhan Yesus Memberkati.

Jakarta, 2 Juni 2026

Ima Sarinita



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>Public Relations</i>	12
2.1.2. <i>Marketing</i>	12

2.1.3. Strategi <i>Marketing</i>	13
2.1.4. <i>Marketing Public Relations</i>	15
2.1.5. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	16
2.1.6. Loyalitas Pelanggan	18
2.2. Kerangka Teoritis	21
2.3. Kerangka Berpikir.....	22
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1. Paradigma Penelitian.....	23
3.2. Pendekatan Penelitian	23
3.3. Metode Penelitian.....	24
3.4 Metode Pengambilan Informan.....	24
3.5. Sumber Data.....	25
3.6. Metode Pengumpulan Data	26
3.7. Teknik Analisis Data	28
3.8. Teknik Interpretasi Data.....	29
3.9. Keabsahan Data.....	29
 BAB IV PEMBAHASAN.....	32
4.1. Gambaran Umum Kafe Ruuang kopi.....	32
4.2. Media Sosial Ruuang Kopi	35
4.5. Gambaran Umum Informan Penelitian	38
4.6. Analisis Data	39
4.7. Interpretasi Data.....	61
 BAB V PENUTUP.....	64
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran.....	65
 DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.4. Rata – Rata Omset Ruuang Kopi tahun 2024.....	6
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Usaha Penyediaan Makanan Minuman (PMM) menurut Provinsi dan Jenis Usaha 2024.....	1
Gambar 1.2 Produksi Kopi Perkebunan Rakyat, Perkebunan Negara dan Perkebunan Swasta Menurut Provinsi.....	3
Gambar 1.3 Pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia tahun 2020-2024.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	22
Gambar 4.1 Ruuang Kopi Blok M.....	33
Gambar 4.2 Event di Ruuang Kopi Blok M.....	34
Gambar 4.3 Akun Instagram Ruuang Kopi.....	36
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Ruuang Kopi.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Daftar Pertanyaan Wawancara.....	69
Lampiran 2 – Transkrip Wawancara.....	73
Lampiran 3 – Koding Hasil Wawancara.....	100
Lampiran 4 – Dokumentasi Wawancara.....	108
Lampiran 5 – Surat Pernyataan Pelaksanaan Wawancara.....	110



ABSTRAK

Perkembangan industri *coffee shop* yang semakin kompetitif mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang efektif guna mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah *Marketing Public Relations* melalui konsep *Three Ways Strategy* yang terdiri dari *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *three ways strategy marketing public relations* pada kafe Ruuang kopi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari *owner* Ruuang kopi, tim *public relations*, serta pelanggan Ruuang kopi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ruuang kopi menerapkan konsep *Three Ways Strategy Marketing Public Relations* melalui tiga pendekatan. Pada *pull strategy*, Ruuang kopi menarik perhatian publik melalui pemanfaatan media sosial Instagram, pembuatan konten, kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL), serta aktivitas promosi. Pada *push strategy*, penerapan dilakukan melalui pemberian pengalaman positif kepada pelanggan, pelayanan yang *personal*, program *bundling*, *voucher*, serta upaya meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berkunjung sehingga mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali. Sementara itu, *pass strategy* diterapkan melalui kegiatan komunitas, kolaborasi dengan seniman dan musisi, penyelenggaraan event, serta penguatan identitas merek melalui *tagline* #SelaluAdaRuang. Berdasarkan hasil penelitian, penerapan *Three Ways Strategy Marketing Public Relations* yang dilakukan Ruuang kopi tidak hanya berfokus pada aktivitas promosi, tetapi juga berperan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang efektif, pemberian pengalaman positif, dan keterlibatan pelanggan. Strategi tersebut membantu Ruuang kopi memperkuat citra merek serta mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations, Loyalitas Pelanggan, Three Ways Strategy, Ruuang Kopi*

ABSTRACT

The rapid growth of the coffee shop industry has intensified competition, encouraging business owners to implement effective marketing communication strategies to maintain customer loyalty. One strategy that can be applied is Marketing Public Relations through the Three Ways Strategy concept, which consists of pull strategy, push strategy, and pass strategy. This study aims to analyze the implementation of the Three Ways Strategy of Marketing Public Relations at Ruang Kopi in maintaining customer loyalty. This research employed a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The informants in this study consisted of the owner of Ruang Kopi, the public relations team, and customers of Ruang Kopi. The results indicate that Ruang Kopi implements the Three Ways Strategy of Marketing Public Relations through three approaches. In the pull strategy, Ruang Kopi attracts public attention through the utilization of Instagram social media, content creation, collaboration with Key Opinion Leaders (KOL), and promotional activities. In the push strategy, the implementation is carried out by providing positive customer experiences, personalized services, bundling programs, vouchers, and efforts to enhance customer comfort during visits, thereby encouraging repeat visits. Meanwhile, the pass strategy is implemented through community activities, collaborations with artists and musicians, event organization, and strengthening brand identity through the tagline #SelaluAdaRuang. Based on the findings, the implementation of the Three Ways Strategy of Marketing Public Relations at Ruang Kopi is not only focused on promotional activities but also plays a significant role in maintaining customer loyalty through effective communication, positive customer experiences, and customer engagement. These strategies help strengthen the brand image, encourage repeat visits, and build long-term relationships with customers.

Keywords: Marketing Public Relations, Customer Loyalty, Three Ways Strategy, Ruang Kopi.