



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DUA COFFEE
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.Ikom)

Clementio William Pierre

213516516283

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS NASIONAL

FEBRUARI 2026



UNIVERSITAS NASIONAL

***DUA COFFEE'S MARKETING COMMUNICATION
STRATEGY TO INCREASE BRAND AWARENESS***

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining the Bachelor's Degree in
Communication Studies (S.Ikom).

Clementio William Pierre

213516516283

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
UNIVERSITAS NASIONAL
FEBRUARY 2026**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Clementio William Pierre

NPM : 213516516283

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Pada Media Sosial Dua Coffee

Dengan tulus dan jujur, saya menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian, pemikiran dan penyajian yang sepenuhnya berasal dari usaha dan karya saya sendiri. Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab.

Jakarta, 13 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,



Clementio William Pierre

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PERSETUJUAN SKRIPSI

★

Nama Mahasiswa : CLEMENTIO WILLIAM PIERRE

Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516283

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Kekhususan : PUBLIC RELATIONS

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENINGKATKAN BRAND WARENESS PADA MEDIA
SOSIAL DUA COFFEE.

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 12 Februari 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Dr. Yuri Alfrin Aladdin, M.Si., M.I.K

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI


Nama Mahasiswa : Clementio William Pierre
Nomor Pokok Mahasiswa : 213516516283
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kekhususan : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Dua Coffee Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 9 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Yuri Alfin Aladdin M.Si.,
M.I.Kom.


Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.

ii

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Clementio William Pierre

NPM : 213516516283

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DUA
COFFE DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Firdaus Syam M.A., Ph.D.

Penguji I : Raden Daniel Wisnu Wardhana S.Ip., M.A.

Pembimbing : Dr. Yuri Alfrin Aladdin M.Si., M.I.Kom.

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 3 Maret 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan brand awareness yang dilakukan oleh Dua Coffee melalui media sosial. Perkembangan teknologi digital mendorong pelaku usaha memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Dua Coffee sebagai coffee shop yang memanfaatkan platform media sosial untuk membangun brand awareness serta menjangkau konsumen yang lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran 7P yang meliputi product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran di media sosial seperti Reels, Stories, dan Video TikTok untuk meningkatkan interaksi, serta pengelolaan engagement. Keterlibatan konsumen dalam media sosial juga mendorong terjadinya komunikasi dua arah. Strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness.

Kata Kunci : *Strategi Komunikasi, Brand Awareness, Media Sosial, Bauran Pemasaran 7P*

ABSTARCT

This study aims to determine how Dua Coffee's marketing strategy for increasing brand awareness is implemented through social media. The development of digital technology encourages business actors to utilize social media as an effective and efficient promotional tool. Dua Coffee, as a coffee shop that utilizes social media platforms to build brand awareness and reach a wider consumer base, uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques were carried out through in-depth interviews, observation, and documentation. This study uses the 7P marketing mix theory, which includes product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The results show that marketing communication strategies on social media such as Reels, Stories, and TikTok videos can increase interaction and manage engagement. Consumer engagement on social media also encourages two-way communication. The implemented marketing communication strategies have proven effective in increasing brand awareness.

Keywords : *Communication Strategy, Brand Awareness, Social Media, 7P Marketing Mix*



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penelitian skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan peneliti dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Media Sosial Dua Coffee. Dalam penyelesaian skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional
2. Ibu Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Rektor Universitas Nasional
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Nursatyo, S.Sos, M.Si., Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerja Sama, dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Dr. Marry Ismowati, M.Si., Selaku Wakil Dekan II Bidang Pengabdian pada masyarakat dan Kerjasama.
6. Ibu Swastiningsih., S.E., M.Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

7. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom., Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
8. Bapak Dr. Yuri Alfrian Aladdin, M.Si., M.I.Ikom., selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
9. Bapak Umar Fauzi Bahanan, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik saya yang telah membimbing saya selama saya berada di Universitas Nasional, dan selalu memberikan Ilmu serta motivasi, semangat dalam pembuatan skripsi ini.
10. Seluruh Dosen Universitas Nasional Khususnya Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang sudah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik nya sehingga bisa tumbuh dan berkembang belajar.
11. Ayah Tercinta dan panutan bagi penulis yaitu Alm. Hendrikus Petrus Harry Pierre Ngenget, terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, terima kasih telah memberikan segalanya teruntuk anak pertama dan keluarga tercinta, terima kasih untuk segala nasihat, semangat dan doa yang selalu diberikan hingga penulis sampai pada tahap ini dan mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana.
12. Mama Tercinta yaitu Bernadheta Fransisca Betty Setianingsih yang telah melahirkan penulis, memberikan cinta dan kasih sayang kepada penulis. Terima kasih untuk doa yang beliau selalu panjatkan selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana.
13. Adik saya Pius Antonius Jason Pierre Ngenget dan Keluarga Besar saya yang telah mendukung dalam penyusunan skripsi ini.

14. Teruntuk orang terdekat penulis yaitu Falya Ayu Anandea terimakasih atas segala waktunya yang telah diberikan untuk menemani penulis pada masa perkuliahan dan mendukung serta membantu penulis baik dalam materi dan non materi maupun moral dalam menyelesaikan proses skripsi ini dan meyakinkan penulis bahwa penulisan skripsi ini akan berakhir dengan bahagia.
15. Teruntuk orang terdekat penulis yaitu Dotty Exaviera Yuniar, Keisha Edelweis Ariesyah, Fariz Rahmantio Aditya, Rosa Fauziah, Alisia Azzahra dan Bagus Raihan Marcelino terimakasih atas segala waktunya yang telah diberikan untuk menemani penulis pada masa perkuliahan dan mendukung serta membantu penulis baik dalam materi maupun moral dalam menyelesaikan proses skripsi ini dan meyakinkan penulis bahwa masa penulisan skripsi ini akan berakhir dengan bahagia.
16. Teruntuk teman-teman angkatan Ilmu Komunikasi angkatan 2021 yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan baik dalam melakukan tugas atau sekedar berkumpul bersama dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
17. Ucapan terima kasih untuk pihak Dua Coffee yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi peneliti, dimana ada Bapak Dani Dahlan sebagai Kepala Marketing dan Tim Media Sosial, Saudara Muhammad Daffa sebagai Marketing Media Sosial, Saudari Rosa Fauziah sebagai barista, Saudari Dotty Exaviera dan Saudara Aprilia Danti sebagai Informan pendukung / konsumen Dua Coffee
18. Terakhir penulis ingin mengucapkan terima kasih dan maaf kepada diri sendiri karena telah mampu bertahan dan berjuang sejauh ini. Mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran serta mengendalikan diri sendiri dari berbagai tekanan baik dari luar dan dalam keadaan tak

terduga, serta tidak memutuskan untuk berhenti ditengah proses penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, penulis berharap bisa memberikan manfaat yang baik, serta menjadi amanah dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari bahwasanya penyusun tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, maka penulis berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran maupun kritikan yang sifatnya membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.



Jakarta 12 Februari 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'C. Pierre', is written over the logo area.

Clementio William Pierre

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTARCT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Pustaka	12
2.2 Landasan Tori	18
2.2.1 Bauran Pemasaran	18
2.3 Konsep.....	21
2.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	21
2.3.2 Komunikasi Pemasaran	22
2.3.3 Brand Awareness (Kesadaran Merek).....	23

2.3.4 Media Sosial	24
2.4 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Pendekatan Penelitian.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data	32
3.4 Peneentuan Informan.....	34
3.5 Profil Informan Penelitian	35
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian	37
3.7 Teknik Keabsahan Data.....	38
3.8 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2 Struktur Organisasi	45
4.2 Hasil Penelitian dan bahasan.....	46
4.2.1 Hasil Penelitian.....	46
4.3.2 Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	78
5.2.1 Saran Praktis.....	78
5.2.2 Saran Akademis.....	79
5.2.3 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	xi
Buku	xi
Jurnal	xii
Skripsi / Tugas Akhir	xiii
Website	xiv
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	30
Tabel 3. 1 Key Informan	34
Tabel 3. 2 informan Pendukung.....	35
Tabel 3. 3 Waktu Penelitian.....	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Profile Instagram Dua Coffee</i>	4
Gambar 1. 3 <i>Profile TikTok Dua Coffee</i>	5
Gambar 1. 4 TikTok Shop Dua Coffee	6
Gambar 1. 5 Grafik Penjualan Food & Beverage.....	7
Gambar 1. 6 Dua Coffee Cipete Sumber: Google.....	8
Gambar 4. 1 Logo Dua Coffe.....	44
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Dua Coffee	45
Gambar 4. 4 Produk Petik Mangga	47
Gambar 4. 5 Produk Varian Matcha Duo Coffee	48
Gambar 4. 6 Menu Dua Coffee	50
Gambar 4. 7 Linktree Menu Dua Coffee.....	51
Gambar 4. 8 Suasana Outlet Dua Coffe	53
Gambar 4. 10 Promo Diskon Melalui Feed Instagram	56
Gambar 4. 11 Konten Menghibur Video TikTok	57
Gambar 4. 12 Pembuatan Konten Latte Art	59
Gambar 4. 13 Konten Kreatif Tim Dua Coffee.....	62
Gambar 4. 14 Produk Coffe dari Dua Coffee.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Penugasan Bimbingan	84
Lampiran 2 Laporan Bimbingan Skripsi	85
Lampiran 3 Transkrip Pedoman Wawancara Informan Kunci (Kepala Marketing dan Tim Media Sosial)	87
Lampiran 4 Wawancara Informan Utama (Marketing Media Sosial).....	92
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Kedua (Barista).....	96
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan Ketiga (Konsumen Dua Coffee)....	99
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan Ke Empat (Konsumen Dua Coffee)	102
Lampiran 8 Coding Wawancara	106
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara	116
Lampiran 10 Bukti Turnitin	119
Lampiran 11 Bukti Pengesahan SKPI	120
Lampiran 12 Hasil Karya Tulis	121
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup	122

