



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI KOMUNIKASI MONARKI COFFEE DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI EVENT  
“LARI DARI MONARKI”**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom)**

**Devika Risma Nurhasnah**

**223516526719**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**TAHUN 2025/2026**



**NATIONAL UNIVERSITY**

**MONARKI COFFEE COMMUNICATIONS STRATEGY IN  
INCREASING CUSTOMER LOYALTY THROUGH THE "RUN FROM  
THE MONARKI" EVENT**

**THESIS**

**Submitted as partial fulfilment of requirements for Bachelor's Degree in  
Communication Science (S.I.Kom)**

**DEVIKA RISMA NURHASNAH**

**223516526719**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE**

**COMMUNICATION SCIENCE**

**2026**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Devika Risma Nurhasnah  
Nomor Pokok Mahasiswa : 223516526719  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI MONARKI COFFE DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
MELALUI EVENT "LARI DARI MONARKI"

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan hasil saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau Perguruan Tinggi Lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian persyaratan ini saya buat, dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 26 Februari 2026  
Yang membuat pernyataan,

Devika Risma Nurhasnah



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa	: Devika Risma Nurhasnah
Nomor Pokok Mahasiswa	: 223516526719
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Kekhususan	: Public Relations
Judul Skripsi	: STRATEGI KOMUNIKASI MONARKI COFFEE DALAM MENINGKTKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI EVENT "LARI DARI MONARKI"
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, 12 Maret 2026

Dosen Pembimbing

  
Dela Anjelawati, S.I.Kom., MA

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





## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Devika Risma Nurhasnah

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516526719

Program Studi : Ilmu komunikasi

Kekhususan : Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Monarki Coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui event "Lari dari Monarki"

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, 26 Februari 2026

Dosen Pembimbing

Dela Anjelawati, S.I.Kom., MA

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Swastiningsih, S.E., M.Si

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Devika Risma Nurhasnah

NPM : 223516526719

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Monarki coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui event "Lari dari Monarki"

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/ : Nieke Monika Kulsum, SE, M.Si (.....)

Penguji 2

Penguji 1 : Dr. Tantri Relatami, M.Si (.....)

Pembimbing : Dela Anjelawati, S.Ikom., M.A (.....)

Ditetapkan di : Universitas Nasional

Tanggal : 12 Maret 2026

## ABSTRAK

Nama : Devika Risma Nurhasnah  
NPM : 223516526719  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI MONARKI COFFE  
DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI EVENT “LARI DARI  
MONARKI”  
Pembimbing : Dela Anjelawati, S.I.Kom., MA

Persaingan industri coffee shop yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi komunikasi yang mampu menarik dan mempertahankan pelanggan. Salah satu strategi yang dilakukan Monarki Coffee adalah menyelenggarakan event “Lari dari Monarki” sebagai sarana membangun kedekatan dengan pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi Monarki Coffee dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui event tersebut dengan menggunakan teori loyalitas pelanggan Oliver. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui wawancara dengan pemilik Monarki Coffee, tim media sosial, dan peserta event. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dilakukan melalui perencanaan kegiatan, pemanfaatan Instagram sebagai media promosi, serta penciptaan pengalaman positif bagi peserta. Strategi tersebut mampu mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan pada tahap kognitif, afektif, dan konatif.

**Kata kunci:** Event, loyalitas pelanggan, strategi komunikasi

## ***ABSTRACT***

*Name* : Devika Risma Nurhasnah  
*NPM* : 223516526719  
*Study Program* : *Communication Science*  
*Title* : *MONARKI COFFEE COMMUNICATIONS  
STRATEGY IN INCREASING CUSTOMER LOYALTY  
THROUGH THE ‘RUN FROMMONARKI’ EVENT*  
*Supervisor* : Dela Anjelawati, S.I.Kom., MA

*Increasingly fierce competition in the cafe industry requires business owners to implement communication strategies capable of attracting and retaining customers. One strategy implemented by Monarki Coffee is organizing the ‘Run from Monarki’ event as a means of building good relationships with customers. This study aims to analyze Monarki Coffee’s communication strategy in enhancing customer loyalty through this event using Oliver’s customer loyalty theory. This study employs a qualitative approach using a case study method, involving interviews with the owner of Monarki Coffee, the social media team, and event participants. The findings reveal that these communication strategies are implemented through event planning, the use of Instagram as a promotional platform, and the creation of positive experiences for participants. These strategies effectively foster customer loyalty across the cognitive, affective, and conative stages.*

***Keywords:*** *Events, customer loyalty, communication strategy.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, kesehatan, dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI MONARKI COFFEE DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI EVENT ‘LARI DARI MONARKI’ ”**. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai tantangan, baik dalam mengumpulkan data, melakukan analisis, maupun menyelaraskan teori dengan kondisi lapangan. Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, terselesaikannya penelitian ini merupakan hasil dari bantuan, dukungan, serta doa dari banyak pihak.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Selama proses penyusunannya, penulis banyak menerima masukan berharga yang membantu menyempurnakan penelitian ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Ibu Swatiningsih, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Ibu Dela Anjelawati, S.I.Kom., MA., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, koreksi, dan saran selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Vivitri Endah Andriani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku pembimbing akademik

mahasiswa.

6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membagikan ilmu dan pengalaman selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Orang tua saya Ibu Turlinah dan Bapak Hasan Nurdin yang selalu memberikan dukungan moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
8. Keluarga dan sepupu yang memberi support menjadi alasan saya untuk terus semangat berjuang meraih masa depan.
9. Sahabat tersayang saya Chinta Karina Kembaren, Audrey Keyla Putri Azzahra, Nadila Fitriyani, Paquita Virginia Rabinda yang selalu memberi support dan mendengarkan keluh kesah saya selama penulisan penelitian ini.
10. Semua pihak yang turut membantu kelancaran penelitian di lapangan, baik dari pihak Monarki Coffee yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang penulis perlukan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk memperbaiki kualitas penelitian di masa mendatang. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan keberkahan dan kemudahan bagi kita semua.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumus Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.4.3 Manfaat Sosial .....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13

2.1.1 Perbandingan, GAP, dan Novelty.....	16
2.2 Landasan Teori .....	20
2.2.1 Teori Richard L. Oliver .....	20
2.3 Konsep Penelitian.....	23
2.3.1 Strategi Komunikasi.....	23
2.3.2 Event sebagai Media Strategi Komunikasi.....	24
2.3.3 Konsep Loyalitas Pelanggan .....	25
2.4 Kerangka Pemikiran .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	28
3.2 Pendekatan Penelitian.....	29
3.3 Metode Penelitian.....	30
3.4 Jenis Penelitian.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6 Jenis Data .....	33
3.7 Teknik Pemilihan Informan .....	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Reduksi Data (Data Reduction) .....	36
3.8.2 Penyajian Data.....	38
3.8.3 Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan .....	38
3.8.4 Teknik Keabsahan Data .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	42
4.1.1 Monarki Coffee .....	42

4.1.2 Visi Misi .....	44
4.1.3 Alamat Perusahaan .....	44
4.1.4 Struktur Organisasi .....	44
4.2 Analisis Temuan .....	47
4.2.1 Data Informan .....	47
4.2.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.3 Analisis Teori .....	57
4.3 Pembahasan .....	60
4.3.1 Pendekatan Komunikasi dan Pembentukan Loyalitas Kognitif	61
4.3.2 Pengalaman Emosional dan Pembentukan Loyalitas Afektif	66
4.3.3 Loyalitas Perilaku dan Word of Mouth .....	74
4.3.4 Integrasi Komunikasi sebagai Kunci Keberhasilan .....	75
4.4 Konfigurasi Hasil Penelitian .....	80
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan .....	81
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1Poster lari dari Monarki 1 .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4. 1Menu Monarki Coffee 1 .....	43
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Monarki cafe .....	45
Gambar 4. 3 Konfigurasi Hasil Penelitian .....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip data Wawancara .....	88
Lampiran 2. Dokumentasi.....	98
Lampiran 3. Hasil Turnitin .....	100
Lampiran 4. Riwayat Hidup.....	101

