

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P Soto Padang Rajawali
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Muhammad Andi Rifai

1171003097

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

UNIVERSITAS BAKRIE

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan sumber baik yang di ikuti maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Muhammad Andi Rifai

Nim : 1171003097

Tanda Tangan : 

Tanggal : 8 September 2024


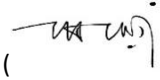

**HALAMAN
PERSETUJUAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Andi Rifai
NIM : 1171003097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P
Soto Padang Rajawali DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Hanny Nurahmawati, M. Ilkom ()
Pembahas 1 : Suharyanti, Dra., M.S.M. ()
Pembahas 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. ()

Ditetapkan di Jakarta

Pada Tanggal: 1 Agustus 2024

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 tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul **“ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P Soto Padang Rajawali DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*”** ini dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini disusun dalam rangka untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

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

1. Keluarga besar

Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga di rumah karena selalu mendoakan dan memberikan semangat serta dukungan kepada penulis agar terus belajar dan berjuang untuk berkembang dalam melaksanakan tanggung jawab apapun itu dan diberikan kebebasan dalam melaksanakan hal apapun, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas skripsi.

2. Hanny Nurahmawati, M. Ilkom

Terima kasih kepada Ibu Hanny sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang tidak lelah untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga kepada Ibu Hanny karena selalu memberikan solusi penulis ketika penulis menemukan rintangan dan hambatan dalam penulisan skripsi ini serta selalu meluangkan waktu untuk memberikan masukan yang membangun terkait skripsi ini.

3. Suharyanti, Dra., M.S.M.

Terima kasih kepada Ibu Yanti selaku dosen penguji sekaligus sebagai dosen pembahas pertama penulis yang telah memberikan masukan serta penjelasan yang tepat untuk membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini.

4. Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom.

Terima kasih kepada Mba Ken selaku dosen penguji sekaligus sebagai dosen pembahas kedua penulis yang telah memberikan masukan serta penjelasan yang tepat untuk membantu penulis dalam mengerjakan penelitian ini.

5. Pihak Terkait

Terima kasih penulis ucapkan kepada para informan Ka Rigia, Mas Agam, Mas Achmad, Mas Rizki yang telah berkontribusi dalam penelitian ini dan membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.

6. Seluruh dosen dan staff Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih kepada semua dosen dan staff akademik Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat untuk bekal di masa depan selama masa 7 tahun perkuliahan ini.

7. Sahabat

Terima kasih kepada Inoy, Imam, Bimo, Adit Burger, Karel, Ramos, Pares, Mamat, Kiki, Fajar karena telah mendengarkan keluh kesah penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah selalu membantu dalam menyusun skripsi ini serta mendukung, memotivasi, dan menemani dalam kondisi apapun untuk menyusun skripsi ini.

8. Para Teman WARBE

Terima kasih kepada teman-teman dari Warbe. Karena telah mendengarkan keluh kesah penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah selalu mendukung, memotivasi, dan menghibur penulis dalam kondisi apapun.

9. Komunal 2017

Terima kasih kepada teman-teman satu angkatan terutama peminatan *marketing communication*. Terima kasih sudah mewarnai perkuliahan dan juga dapat menjadi teman yang baik dari awal hingga sekarang. Terima kasih sudah membantu dan sudah menemani proses-proses yang dirasakan dari awal hingga saat ini laporan skripsi

Jakarta, 8 Mei 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andi Rifai', with a stylized flourish at the end.

Muhammad Andi Rifai

NIM. 1171003097

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Andi Rifai
NIM : 1171003097
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non Eklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P Soto Padang Rajawali DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Non Eklusive ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengakalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 8 Semtember 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Andi Rifai

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 7P Soto Padang Rajawali
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***

MUHAMMAD ANDI RIFAI

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Strategi komunikasi pemasaran 7P Soto Padang Rajawali dalam membangun brand awareness Wawancara mendalam.strategi pemasaran dari 7P product, price, promotion, place, people, proses, physical evidence dan teori brand awareness. 1. Pada indikator Product Strategi unik pada produk menunjukkan identitas merek kepada konsumen. 2. Pada indikator Price Dalam Penetapan harga harus mempertimbangkan faktor yang mencerminkan kualitas dan memperkuat persepsi pelanggan terhadap nilai autentik Soto Padang Rajawali. 3. Pada indikator Promotion, Strategi promosi meliputi partisipasi dalam acara kuliner, penggunaan media lokal, pemasangan spanduk, distribusi selebaran, dan penawaran promosi khusus untuk meningkatkan kesadaran merek. 4. Pada indikator Place Pemilihan lokasi outlet berdasarkan analisis lalu lintas pejalan kaki, kedekatan dengan pusat aktivitas, aksesibilitas, dan kesesuaian dengan target pasar untuk menarik minat konsumen. 5. Pada indikator People, Perusahaan memastikan karyawan merepresentasikan nilai merek melalui pelatihan rutin, standar pelayanan tinggi, evaluasi, dan penghargaan untuk karyawan berprestasi. 6. Pada indikator Proses, Proses pelayanan dirancang untuk kecepatan, kualitas, dan keramahan, dengan efisiensi dan konsistensi dari menerima pesanan hingga penyajian untuk kepuasan pelanggan. 7. Pada indikator Physical Evidence, Kebersihan dan pemeliharaan restoran diperhatikan dengan pembersihan rutin dan pemeliharaan berkala, yang menciptakan kesan profesional dan rasa aman, serta meningkatkan kepuasan dan citra merek. 8. Pada tahapan brand awareness, Soto Padang Rajawali sudah berada pada tahap brand recognition, dengan pelanggan setia dan pelanggan baru mengenal merek melalui banner dan brosur.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi 7P, Brand Awareness

**ANALYSIS OF MARKETING COMMUNICATION STRATEGY 7P Soto Padang
Rajawali IN BUILDING BRAND AWARENESS**

Muhammad Andi Rifai

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how the 7P Soto Padang Rajawali marketing communication strategy builds brand awareness. In-depth interviews. Marketing strategies from 7P product, price, promotion, place, people, process, physical evidence and brand awareness theory. 1. In the Product indicator, the unique strategy on the product shows brand identity to consumers. 2. In the Price indicator, pricing must consider factors that reflect quality and strengthen customer perceptions of the authentic value of Soto Padang Rajawali. 3. In the Promotion indicator, the promotion strategy includes participation in culinary events, use of local media, banner installation, distribution of flyers, and special promotional offers to increase brand awareness. 4. In the Place indicator, the selection of outlet locations is based on pedestrian traffic analysis, proximity to activity centers, accessibility, and suitability with the target market to attract consumer interest. 5. In the People indicator, the Company ensures that employees represent brand values through regular training, high service standards, evaluations, and awards for outstanding employees. 6. In the Process indicator, the service process is designed for speed, quality, and friendliness, with efficiency and consistency from receiving orders to serving for customer satisfaction. 7. In the Physical Evidence indicator, Cleanliness and maintenance of the restaurant are considered with routine cleaning and periodic maintenance, which creates a professional impression and a sense of security, and increases satisfaction and brand image. 8. In the brand awareness stage, Soto Padang Rajawali is already at the brand recognition stage, with loyal customers and new customers getting to know the brand through banners and brochures.

Keywords: 7P Communication Strategy, Brand Awareness

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIAKSI..... | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| ABSTARCT..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 3 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 4 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 4 |
| BAB II TINJUAN PUSTAKA..... | 5 |
| 2.1 Konsep Yang Relavan..... | 5 |
| 2.1.1 Komunikasi Pemasaran..... | 5 |
| 2.1.2 Brand Awareness..... | 9 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan..... | 10 |
| 2.3 Model Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 17 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1 Desain dan Pendekatan..... | 17 |
| 3.2 Objek dan Subjek..... | 17 |
| 3.3 Pengumpulan Data..... | 18 |
| 3.3.1 Sumber Data..... | 18 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 18 |
| 3.4 Analisis Data..... | 19 |
| 3.5 Triangulasi Data..... | 20 |
| 3.6 Oprasionalisasi Konsep..... | 21 |
| BAB IV IMPLEMENTASI 7P..... | 25 |
| 4.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui 7P..... | 25 |
| 4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Awareness..... | 30 |
| BAB V Kesimpulan..... | 33 |
| 5.1 Simpulan..... | 33 |
| 5.2 Saran dan Implikasi..... | 34 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 36 |
| LAMPIRAN..... | 38 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya..... | 12 |
| Tabel 2.2 Model Kerangka Pemikiran..... | 16 |
| Tabel 3.1 Oprasionalisasi Konsep..... | 22 |