



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF**

NOMOR : K/UBL/FKDK/000/016/03/24

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

**DEKAN FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kualitas bagi mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur dalam menyusun tugas akhir, perlu adanya bimbingan yang cermat, terstruktur dan intensif;
- b) Bahwa dalam hubungan itu dipandang perlu mengangkat dosen-dosen yang tepat untuk membimbing mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur dalam menyusun Tugas Akhir secara terstruktur;
- Mengingat : 1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
- 2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi Dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
- 3) Peraturan Menteri Riset, Teknologi, Dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi
- 4) Akta Yayasan Pendidikan Budi Luhur
- 5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
- 6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
- 7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan.

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Menunjuk Dosen Pembimbing Tugas Akhir bagi mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Semester Genap 2023/2024, yang nama-namanya tercantum pada lampiran surat keputusan ini.
- Kedua : Penentuan Dosen Pembimbing Tugas Akhir pada Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024 mempunyai jenjang kepangkatan minimal Asisten Ahli (AA). Hal ini berdasarkan Keputusan Senat Fakultas pada tanggal 22 Agustus 2022
- Ketiga : Tugas pokok Dosen Pembimbing Tugas Akhir adalah membimbing dan memberikan saran kepada mahasiswa Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur dalam menyusun Tugas Akhir dan persiapan ujian sidang.
- Keempat : Dalam melaksanakan tugasnya Dosen pembimbing Tugas Akhir bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 13 Maret 2024

Dekan

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Universitas Budi Luhur

Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur
Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024
Nomor : K/UBL/FKDK/000/016/03/24
Program Studi : Ilmu Komunikasi

No	NAMA
1.	Dr. Afrina Sari, M.Si
2.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
3.	Dr. Ahmad Toni, M.I.Kom
4.	Amin Aminudin, S.Kom.I., M.I.Kom
5.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom
6.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos., MM
7.	Arbi Cristional Lokananta, M.I.Kom
8.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom., M.Sn
9.	Arif Nur Hidayat, M.I.Kom
10.	Artyasto Jatisidi, M.I.Kom
11.	Dr. Bambang Pujiyono, S.Sos.,MM.,M.Si
12.	Benny Muhdaliha, M.Sn
13.	Denik Iswardani Witarti, P.hD
14.	Dini Maryani Sunarya, M.Si
15.	Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom
16.	Dr. Dudi Iskandar, M.I.Kom
17.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom
18.	Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom
19.	Elizabeth, S.E, M.M
20.	Geri Suratno, M.I.Kom
21.	Harningsih, M.I.Kom
22.	Haronas Kutanto, M.I.Kom
23.	Dr. I.G.P. Wiranegara, M.Sn
24.	Dr. Indah Suryawati, M.Si
25.	Jeanie Annissa, S.I.P., M.Si
26.	Laksmi Rachmaria, M.I.Kom
27.	Liza Dwi Ratna Dewi, M.Si
28.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si
29.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K
30.	Muhammad Iqbal Naufal, M.I.Kom
31.	Mulyati, M.I.Kom
32.	Dr. Nawiroh Vera, M.Si
33.	Nexen Alexandre Pinontoan, M.I.Kom
34.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, M.Si
35.	Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A
36.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom
37.	Rahajeng Puspitosari, M.I.Kom
38.	Rifqi Muflih, M.Si
39.	Rini Lestari, M.I.Kom
40.	Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
41.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si
42.	Sangga Arta Witama, M.I.Kom
43.	Shinta Kristanty, M.Si
44.	Sinta Dwi Utami, M.I.Kom
45.	Sukma Alam, M.I.Kom
46.	Suwarno, M.I.Kom
47.	Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si
48.	Wenny Maya Arlena, M.Si
49.	Zakaria Satrio Darmawan, M.I.Kom

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 13 Maret 2024
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260
Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752
Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran : Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur
Tentang : Pengangkatan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024
Nomor : K/UBL/FKDK/000/016/03/24
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

No	NAMA
1.	Archita Desia Logiana, S.Ds., MM
2.	Dr. Arief Ruslan, M.Sn
3.	Artyasto Jatisidi, M.I.Kom
4.	Benny Muhdaliha, M.Sn
5.	Dr. I.G.P. Wiranegara, M.Sn
6.	Nexen Alexandre Pinontoan, M.I.Kom
7.	Ricky Widyandanda Putra, M.Sn
8.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si
9.	Yori Pusparani, M.Ds

Ditetapkan di : Jakarta
Pad Pada Tanggal : 13 Maret 2024
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur


Rocky Prasetyo Jati

**UPAYA *PUBLIC RELATIONS* SATE RATU DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* RESTORAN**

SKRIPSI



Nama : Ilham Maulana
NIM : 2071511717
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relation*

**FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2024**



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ilham Maulana
Nomor Induk Mahasiswa : 2071511717
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan : Hubungan Masyarakat
Jenjang Studi : Strata 1
Judul : UPAYA PUBLIC RELATIONS SATE RATU DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS RESTORAN



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Senin 22 Juli 2024

Tim Penguji:

Ketua	: Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
Anggota	: Suwarno, S.Sos., M.I.Kom
Pembimbing	: Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
Ketua Program Studi	: Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom

ABSTRAK
UPAYA *PUBLIC RELATIONS* SATE RATU DALAM MEMBANGUN
***BRAND AWARENESS* RESTORAN**

Public Relations adalah cabang keilmuan komunikasi yang memiliki fungsi utama untuk dapat membantu dalam menjalin hubungan dari berbagai stakeholder, kesadaran akan merek di mata pelanggan merupakan hal yang penting begitupun dengan upaya untuk membangun kesadaran akan merek khususnya di mata pelanggan. Hal ini penting karena sebuah merek harus memiliki keunikan dan pembeda dari yang lainnya. Penelitian ini membahas mengenai upaya yang dilakukan oleh Sate Ratu dalam membangun brand awareness restoran hingga sukses dikunjungi oleh turis. Walaupun terbilang belum lama berdiri akan tetapi Sate Ratu mampu bertahan diantara para kompetitor sate legendaris lainnya di kawasan Yogyakarta, hingga saat ini Sate Ratu menjadi salah satu destinasi kuliner pilihan bagi turis domestik hingga mancanegara ketika berkunjung ke Yogyakarta. Dengan itu peneliti merumuskan masalah penelitian “Bagaimana upaya *public relations* Sate Ratu dalam membangun *brand awareness* hingga sukses dicoba oleh turis mancanegara?”. Adapun tujuan dari penelitian ini tentu ingin mengetahui upaya yang telah dilakukan oleh *public relations* Sate Ratu hingga sukses dicoba oleh turis mancanegara. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori brand awareness dengan kegiatan tolak ukur *brand awareness* menurut David Aaker. Metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian peneliti menemukan bahwa dalam membangun brand awareness Sate Ratu telah melakukan kegiatan dalam bentuk mendokumentasikan dan menghitung turis mancanegara yang telah berkunjung dengan menampilkan “*Guest From wall*” pada bagian samping restoran yang dibuat menarik sehingga ini dapat membangun *brand awareness* restoran hingga sukses dicoba oleh lebih dari empat ribu lebih turis mancanegara berasal dari 95 negara berbeda yang telah berkunjung ke Sate Ratu.

Kata Kunci : Upaya Public Relations, Brand Awareness, Sate Ratu

ABSTRACT
PUBLIC RELATONS SATE RATU'S EFFORTS IN BUILDING
RESTAURANT BRAND AWARENESS

Public Relations is a scientific branch of communication that has the main function of helping to build relationships with various stakeholders. Brand awareness in the eyes of customers is important as well as efforts to build brand awareness, especially in the eyes of customers. This is important because a brand must be unique and different from others. This research discusses the efforts made by Sate Ratu in building brand awareness of the restaurant so that it is successfully visited by tourists. Even though it hasn't been around for long, Sate Ratu has been able to survive among other legendary satay competitors in Yogyakarta, to this day Sate Ratu has become one of the culinary destinations of choice for domestic and foreign tourists when visiting Yogyakarta. With that, the researcher formulated the research problem "How are Sate Ratu's public relations efforts in building brand awareness so that it is successfully tried by foreign tourists?". The aim of this research is of course to find out the efforts that have been made by Sate Ratu's public relations so that it has been successfully tried by foreign tourists. In this study, researchers used brand awareness theory with brand awareness benchmark activities according to David Aaker. The research methodology used by researchers is descriptive qualitative with data collection techniques of observation, documentation, and interviews. The results of the research, researchers found that in building brand awareness, Sate Ratu had carried out activities in the form of documenting and counting foreign tourists who had visited by displaying the "Guest From wall" on the side of the restaurant which was made attractive so that this could build brand awareness of the restaurant so that it was successfully tried by more More than four thousand foreign tourists from 95 different countries have visited Sate Ratu.

Keywords: Public Relations Efforts, Brand Awareness, Sate Ratu

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	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	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	11
2.1.1 Strategi Marketing <i>Public Relations</i> Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Deskriptif Pada PT.HNI HPAI)	11
2.1.2 Strategi Marketing public Relations Dalam Membanugun Brand Awareness. 12	
2.1.3 Strategi Marketing Public Relations Durian Runtuh Nadhira Napoleon Pekanbaru Dalam Membangun Brand Awareness di Kota Pekanbaru	13
2.2 Kerangka Teori	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi	17
2.2.2 Pengertian Public Relations	17
2.2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	23
2.2.4 Brand Awareness	26
2.2.5. Model Brand Awareness.....	29
2.3 Alur Kerangka Berpikir	31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	34
3.1.1 Paradigma Penelitian.....	34
3.1.2 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Subjek Objek Penelitian.....	36
3.2.1 Subjek Penelitian.....	36
3.2.2 Objek Penelitian.....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder	42
3.4 Teknik Verifikasi Data.....	43
3.4.1 Triangulasi	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.6 Definisi Konsep	46
3.6.1 Public Relations	46
3.6.2 Upaya Public Relations.....	47
3.6.3 Restoran	47
3.7 Lokasi & Waktu Penelitian	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Subyek/Obyek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Berdirinya Restoran Sate Ratu.....	49
4.1.2 Logo Restoran Sate Ratu.....	50
4.1.3 Visi dan Misi Restoran Sate Ratu	50
4.1.4 Alamat, Telepon dan Sosial Media Sate Ratu.....	51
4.1.5 Struktur Organisasi Restoran Sate Ratu.....	54
4.1.6 Daftar Menu dan Harga Sate Ratu	54
4.2 Hasil Penelitian 4.2.1 <i>Unware of Brand</i> Sebagai Upaya Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Sate Ratu.....	57
4.2.2 <i>Brand Recognition</i> Sebagai Upaya Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Sate Ratu	59
4.2.3 <i>Brand Recall</i> Sebagai Upaya Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Sate Ratu	63
4.2.4 <i>Top Of Mind</i> Sebagai Upaya Dalam Membangun <i>Brand Awareness</i> Sate Ratu	68
4.3 Pembahasan.....	73
4.3.1 <i>Top Of Mind</i> sebagai Strategi Unggulan <i>Brand Awareness</i> Kuliner Sate Yogyakarta.....	73
4.3.2 <i>Service Excellent</i> dan Ulasan Pelanggan Mancanegara dalam <i>Brand Identity</i>	86

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	89
5.2 Rekomendasi.....	89
DAFTAR PUSTAKA	106

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari Suatu Merek*. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.
- Aaker, D. (2011). *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek. Cetakan Ketiga. .* Jakarta: Penerbit Mitra Utama.
- Anselmsson. (2014). Brand Image and customers' willingness to pay a price premium for food brands" *Journal of product & Brand Management*. Vol.23 No.2.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basuki, S. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya.
- Fahrudin. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Griya Larasati.
- Husain, H. (2022). *Buku Ajar Manajemen Komunikasi: Suatu Pengantar*. Samarinda: Univesitas Mulawarman.
- Ishaq, E. R. (2017). *Public Relations : Teori dan Praktek*. Jawa Timur.
- Jefkins, F. (2016). *Public Relations Made Simple*. London: Heinemann.
- Kotler, P. (2018). "*Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets*".
- Kriyantono, R. (2008). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relations & Crisis Management (Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Krisis & Kualitatif)*. Hal. 72. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2015). *Public Relations & Crisis Management (Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Krisis & Kualitatif)*. Hal. 72-73. Jakarta: Kencana.
- Leliana, K. (2018). Efektifitas Program Employee Relations Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Adira Dinamika Multifinance.
- Mayasari, d. (2020). *Branding Konsep dan Studi Merek Lokal*. Universitas Paramadina.
- Melia, M. T. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Moleong, L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education Limited.
- Neuman, W. L. (2013). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Edisi 7*. Pearson Education.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Hal. 104. Yogyakarta: Pelangi

- Aksara.
- Phillip Kotler, K. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua belas*. Jakarta: PT. Indeks.
- Polit, D. F. (2017). *Nursing Reseach : Generating and Assessing Evidience for Nursing PRactice*. Philadelphia: Wolters Kluwer.
- Putri, D. E. (2021). *Brand Marketing*. Bandung: Widina.
- Rangkuti, F. (2008). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Uama.
- Salim, A. (2006). *Teori & Pradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sate Ratu. (n.d.). *Sate Ratu*. From Sate Ratu : <https://sateratu.id/>
- Seputro, F. B. (2021). *Kok Bisa Gitu? Rahasian Memiliki Pelanggan Dari 85 Negara*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Silverman, D. (2016). *Slverman, David. 2016. Qualitative Reearch*. London: SAGE Publications Ltd.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D. Hal-9*. Bandung: PT Alfabet.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian. Hal. 32*. Yogyakarta: Pusaka Baru.
- Tim Detik Food. (2022, Agustus 20). *5 Hidangan Indonesia Ini Diakui Paling Lezat di Dunia*. From Detik Food: <https://food.detik.com/berita-boga/d-6222682/5-hidangan-indonesia-ini-diakui-paling-lezat-di-dunia>
- TripAdvisor. (2024, Maret 10). *Review Sate Ratu Kuliner Yogjakarta*. From TripAdvisor: https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review-g2304080-d10097318-Reviews-Sate_Ratu-Sleman_Sleman_District_Yogyakarta_Region_Java.html
- Widiyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian : Hal 4*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.