

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP *BRAND IMAGE*  
CAFE ANGKRINGAN NOOK RANTAU PRAPAT**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.kom)

**Oleh:**

**Arnal Panadoli Siregar**

**NIM : 0105173299**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2022**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP *BRAND IMAGE*  
CAFE ANGKRINGAN NOOK RANTAU PRAPAT**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.kom)

Oleh

**Arnal Panadoli Siregar**

**NIM : 0105173299**

**Pembimbing I**



**Dra. Laila Rohani, M.Hum  
NIDN. 2016096401**

**Pembimbing II**



**Dr. Muhammad Alfikri, M.Si  
NIDN. 2023038301**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**SUMATERA UTARA  
SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2022**

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada

Yth.

Dekan

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial

UIN Sumatera Utara

Di Medan

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Arnal Panadoli Siregar

NIM 0105173299

Judul Skripsi : ***“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Cafe Angkringan Nook Rantau Prapat”***

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu*

Medan, Januari 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Laila Rohani, M.Hum.**  
NIDN. 2016096401



**Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos. M.Si**  
NIDN. 2023038301

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Cafe Angkringan Nook Rantau Prapat”** an Arnal Panadoli Siregar NIM 0105173299 program studi Ilmu Komunikasi telah dipertahankan dan dinyatakan lulus dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara pada tanggal 22 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

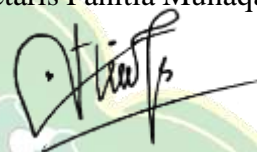
Medan, 22 Februari 2022

Ketua Panitia Munaqasyah

Sekretaris Panitia Munaqasyah



Dr. Muhammad Alfikri S.Sos, M.Si  
NIDN. 2023038301



Dr. Solihah Titin Sumanti, M.Ag  
NIDN. 2013067301

Penguji Skripsi I

Penguji Skripsi II



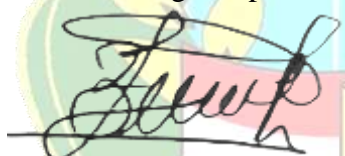
Drs. Syahrul Abidin, MA  
NIDN. 2002116502



Dr. Muhammad Husni Ritonga, MA  
NIDN. 2015027503

Pembimbing Skripsi I

Pembimbing Skripsi II



Dra. Laila Rohani, M.Hum  
NIDN. 2016096401



Dr. Muhammad Alfikri, M.Si  
NIDN. 2023038301

Mengetahui,  
Dekan FIS UINSU



Dr. Maraimbang, M.A  
NIDN. 2029066903

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Arnal Panadoli Siregar

NIM : 0105173299

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap *Brand Image* Café Angkringan Nook Rantau Prapat

Menyatakan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dari ringkasan-ringkasan yang sudah saya jelaskan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dibuktikan bahwa ini hasil plagiat, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Medan, Januari 2022



Arnal Panadoli Siregar

NIM : 0105173299

**UIN**  
SUMATERA UTARA  
MEDAN

## ABSTRAK

**NAMA** : Arnal Panadoli Siregar  
**NIM** : 0105173299  
**PROGRAM STUDI** : Ilmu Komunikasi  
**TEMPAT/TANGGAL LAHIR** : Medan, 21 Juni 1999  
**JUDUL SKRIPSI** : Strategi Komunikasi Pemasaran  
Terhadap *Brand Image Cafe*  
Angkringan Nook Rantau Prapat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran terhadap Brand Image Cafe Angkringan Nook Rantau Prapat. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan subjek Enam orang yang terdiri dari satu owner, dua pegawai, dan tiga pelanggan. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif akan digunakan untuk menjelaskan data-data yang ditemukan di lapangan mengenai tema penelitian ini. Dimana metode tersebut selanjutnya akan dilakukan untuk mengetahui mengenai permasalahan yang menjadi tema penelitian dan data-data hasil survey akan dikenai pendekatan kualitatif berbentuk deskriptif yang akan menjelaskan dan menjawab rumusan masalah dari penelitian ini. Penelitian ini berisi tentang strategi komunikasi pemasaran dimulai dari teknik pemasaran dilihat dari aspek teori 4P yakni product, price, place and promotion. Bentuk aktivitas promosi, serta tingkat hasil kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Brand Image

Pembimbing I



**Dra.Laila Rohani, M.Hum.**

**NIDN. 2016096401**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, Tuhan yang maha pemurah, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Sholawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, keluarga, serta para sahabatnya, nabi akhir zaman yang tiada lagi Nabi sesudahnya. Semoga kita mendapatkan Syafaatnya diyaumul akhir. Aamiin allahumma amin. Alhamdulillah atas izin Allah SWT. Adapun judul skripsi yang penulis susun adalah mengenai **“Strategi Komunikasi Pemasaran Terhadap *Brand Image* Cafe Angkringan Nook Rantau Prapat”**.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengalami banyak kesulitan namun berkat bimbingan berbagai pihak lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku rektor UIN Sumatera Utara dan Wakil Rektor I, II Dan III UIN serta segenap jajarannya yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat belajar dengan baik.
2. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dr. Maraimbang Daulay, MA beserta staf dan jajarannya yang telah memberi kesempatan untuk penulis meraih gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU.
3. Dosen Pembimbing I Ibu Dra. Laila Rohani, M.Hum. dan Dosen Pembimbing II Bapak Dr. Muhammad Alfikri Matondang, S.Sos, M.Si yang telah meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan, bantuan, pengarahan, serta perbaikan terhadap penulisan skripsi ini.

4. Bapak Ketua Jurusan Dr. Muhammad Alfikri Matondang, S.Sos, M.Si dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Ibu Dr. Solihah Titin Sumanti, M.A yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi sehingga skripsi ini siap.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial UIN SU yang selama ini telah mendidik & memberikan Ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU.
6. Pegawai dan bang Ivan pemilik Angkringan Nook yang mengizinkan peneliti untuk meneliti Caffe mereka dan memberi ilmu-ilmu mereka mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran.
7. Kedua orang tua saya bapak Suhardo Siregar S.T dan Ibu Saminah S.E yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis serta kasih sayang yang tiada hentinya agar penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
8. Kakak-Kakak saya Rizka Mayuhni Pohan S.Pd dan Adewika Pohan S,Pd, dan adik saya Ridha Panalia Siregar yang telah membantu dalam materi maupun suport.
9. Pacar saya Denny Rahayu yang menyemangati dan mendukung saya dalam menulis skripsi.
10. Sahabat- Sahabat saya Aqil Abbillah, Nurul Harvirna ,Junaidi Lubis, Saleh Faudi Siregar, Rahman Hidayat, Iman Utomo, Zanela Dwi Mega, Farah Ayasa Medina, Mawaddah Triana Hsb, Rendy Rinaldi, Jenny Humadan, Muhammad Irfan, Egi, Dodi, Hafsa Adelia, Dinda, dan Rendi Siregar yang telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini dan yang sama-sama menyelesaikan S1.



Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih  
Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih  
untuk diri sendiri dan semua pihak yang telah berperan dalam penyelesaian skripsi  
ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dalam dunia Marketing.

Medan, Januari 2022

Penulis

**Arnal Panadoli Siregar**

**NIM : 0105173299**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Batasan Istilah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Strategi .....	8
2. Pengertian Komunikasi.....	9
3. Komunikasi Pemasaran.....	16
4. Pengertian <i>Brand</i> .....	20
5. Peran <i>Brand</i> .....	23
6. Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	24
7. Peran Komunikasi Pemasaran.....	25
8. Hubungan antara Strategi dengan Pemasaran.....	26
9. Strategi Pemasaran.....	27
10. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	30
B. Kajian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Berpikir .....	35
D. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	36
E. Visi, Misi dan Tujuan Angkringan Nook.....	37
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	38
B. Lokasi Penelitian .....	39
C. Subjek Penelitian.....	39

D. Sumber Data.....	39
E. Instrument Penelitian .....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
G. Teknik Keabsahan Data .....	42
H. Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Strategi Pemasaran Terhadap <i>Brand Image</i> Cafe Angkringan Nook Rantau Prapat.....	45
a. Strategi <i>Product</i> (Produk) .....	45
b. Strategi <i>Price</i> (Harga) .....	49
c. Strategi <i>Place</i> (Tempat) .....	53
d. Strategi <i>Promotion</i> (Promosi).....	56
B. Faktor Mendukung dalam Strategi Pemasaran Angringan Nook Terhadap <i>Brand Image</i> .....	59
C. Faktor Kendala dalam Strategi Pemasaran Angringan Nook Terhadap <i>Brand Image</i> .....	60
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

