

## ABSTRAK

Judul : Strategi *Public Relations* PT Crescenda Sukses Perdana  
Dalam Meningkatkan *Brand Awareness Black Campaign Coffee*

Nama : Siti Rohmah

Program Studi : Hubungan Masyarakat

*Black Campaign Coffee* sebagai salah satu *coffee shop* di kawasan Kuliner Pasar Lama Tangerang sejak 2016, banyaknya pesaing yang membuka kedai *coffee* lainnya yang lebih kekinian dan hits di kawasan Kuliner Pasar Lama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* PT Crescenda Sukses Perdana dalam meningkatkan *brand awareness Black Campaign Coffee* serta mengetahui hambatan yang dihadapi *Public Relations* PT Crescenda Sukses Perdana dalam meningkatkan *brand awareness Black Campaign Coffee*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus Tipe 2 (dua) yaitu Desain Kasus Tunggal dan Multi Kasus Analisis. Hasil penelitiannya PT Crescenda Sukses Perdana memiliki strategi *Public Relations* dalam meningkatkan *brand awareness Black Campaign Coffee* yaitu melalui proses *Fact Finding, Planning, Communication, dan Evaluation*. Secara keseluruhan sudah dilakukan atau dilaksanakan dengan baik oleh *Public Relations* dari PT Crescenda Sukses Perdana untuk memperkenalkan dan menyadarkan ke public adanya *Black Campaign Coffee* dengan dan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Google Business. *Public Relations* ini memiliki peran yang penting untuk mengsucceskan strategi yang telah dibuat untuk membuat publik menyadari akan adanya *Black Campaign Coffee*.

## **ABSTRACT**

*Title : Public Relations Strategy of PT Crescenda Sukses Perdana In Increasing Black Campaign Brand Awareness Coffee*

*Name : Siti Rohmah*

*Study Program : Public Relations*

*Black Campaign Coffee as one of the coffee shops in the Kuliner Pasar Lama Tangerang area since 2016, many competitors have opened other coffee shops that are more up-to-date and hits in the Pasar Lama Culinary area. The purpose of this research is to find out how the Public Relations strategy of PT Crescenda Sukses Perdana in increasing the brand awareness of Black Campaign Coffee and to find out the obstacles faced by Public Relations of PT Crescenda Sukses Perdana in increasing the brand awareness of Black Campaign Coffee. The research method used is descriptive qualitative research using Type 2 (two) case study methods, namely Single Case Design and Multi Case Analysis. The results of his research, PT Crescenda Sukses Perdana have a Public Relations strategy in increasing the brand awareness of Black Campaign Coffee, namely through the process of Fact Finding, Planning, Communication, and Evaluation. Overall, the Public Relations of PT Crescenda Sukses Perdana have done or implemented it well to introduce and make the public aware of the Black Campaign Coffee by and using social media such as Instagram, Facebook, Google Business. This Public Relations has an important role in the success of the strategy that has been made to make the public aware of the existence of Black Campaign Coffee.*