



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
BERITA SATU MEDIA HOLDINGS
DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
MELALUI PELAKSANAAN *SPECIAL EVENT***

SKRIPSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Budi Hartanto

12140110236

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2015

**ANALYSIS OF BERITA SATU'S MARKETING PUBLIC
RELATIONS STRATEGY THROUGH THE SPECIAL EVENT
IN ORDER TO BUILD BRAND AWARENESS
AS A MEDIA HOLDINGS COMPANY**

THESIS



Submitted to Fulfill One of The Requirements in Order to Obtain Bachelor Degree of
Communications Science (S.I.Kom)

Budi Hartanto

12140110236

FACULTY OF COMMUNICATIONS SCIENCE

PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2015

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Februari 2015

Budi Hartanto

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Analisis Strategi *Marketing Public Relations* Berita Satu Media Holdings dalam Membangun Brand Awareness Melalui Pelaksanaan *Special Event*”

Oleh

Budi Hartanto

Telah diujikan pada hari Selasa, tanggal 10 Februari 2015, pukul 15.30 s.d. 17.00 dan dinyatakan LULUS dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Kartika Aryani Harijono, M.I.Kom

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si

Dosen Pembimbing

Dian Anggraeni, S.S., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi - UMN

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat dan berkah-Nya, Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi *Marketing Public Relations* Berita Satu Media Holdings dalam Membangun *Brand Awareness* Melalui Pelaksanaan *Special Event*” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini diajukan kepada program Strata 1, Program Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

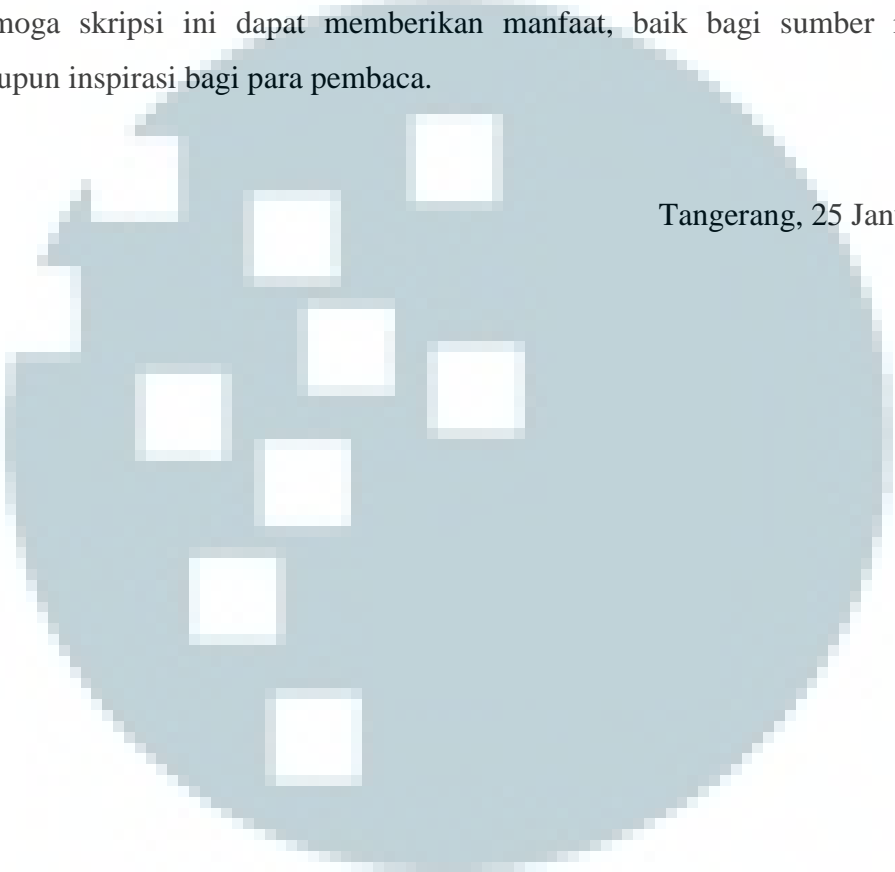
1. Ayahanda Djoko Dwi Haryanto, serta Ibunda Sri Hartati, terima kasih atas segala pengorbanan, usaha, kerja keras serta doa dan restu yang diberikan demi keberhasilan penulis.
2. Dian Anggraeni, S.S., M.Si. selaku pembimbing yang telah membimbing penulis dalam pembuatan skripsi, terima kasih untuk kesediaan yang Ibu berikan untuk membimbing serta mengarahkan penulis hingga Skripsi ini dapat tersusun dengan baik.
3. Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si selaku penguji ahli yang telah memberikan banyak masukan dalam memperbaiki skripsi ini agar lebih baik lagi. Terima kasih atas masukan, serta bimbingan Bapak sehingga skripsi ini menjadi lebih baik dari sebelumnya.
4. Kartika Aryani Harijono, M. I.kom selaku ketua sidang, yang telah memimpin serta memberikan masukan kepada penulis hingga skripsi ini menjadi lebih sempurna. Terima kasih atas segala masukan yang telah diberikan.
5. Dra. Bertha Sri Eko M., M.Si. Ketua Program Ilmu Komunikasi, UMN, yang telah banyak membantu penulis dari awal penulis memasuki pendidikan di UMN hingga sampai menyelesaikan studi di UMN. Terima kasih banyak atas segala masukan serta bimbingan yang diberikan.
6. Amelia Dalianti, Tasha Susanti, Yusuf Tadarusman, Una Husna yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Mba Reancy, Mas Vicky, Mba Vero, Mas Aji, Pak Enot yang telah bersedia untuk dimintai keterangannya untuk memenuhi apa yang penulis butuhkan

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi sumber informasi maupun inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 25 Januari 2015

Penulis

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is a large, light blue circular emblem. Inside the circle, there is a stylized white building with several square windows. Below the circle, the letters 'UMMN' are written in a large, bold, light blue sans-serif font.

UMMN

ANALISIS STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS
BERITA SATU MEDIA HOLDINGS DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS MELALUI PELAKSANAAN
SPECIAL EVENT

ABSTRAK

Oleh : Budi Hartanto

Skripsi ini membahas mengenai implementasi strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan dalam membangun *brand awareness* sebagai salah satu strategi yang digunakan oleh Berita Satu Media Holdings. Dalam skripsi ini, penulis menguraikan tentang bagaimana persaingan di industri media pada saat ini yang semakin kompetitif. Dan Berita Satu Media Holdings sebagai salah satu perusahaan media di Indonesia, menggunakan beberapa strategi untuk dapat bisa bersaing diketatnya industri media di tanah air. Dalam skripsi ini, peneliti akan menguraikan bagaimana penggunaan strategi *marketing public relations* dalam membangun *brand awareness*, dan bagaimana strategi tersebut diterapkan oleh Berita Satu Media Holdings melalui pelaksanaan *special event*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *marketing*, *public relations*, dan *marketing public relations*. Sedangkan fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi *marketing public relations* dengan menggunakan *The 7 steps of Whalen Strategic and Planning Process*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif, dengan sifat penelitian deskriptif. Dan untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan penulis melakukan wawancara mendalam serta melakukan observasi langsung pada divisi *Marketing Communications* Berita Satu Media Holdings, sehingga dapat menghasilkan gambaran secara mendalam mengenai implementasi program ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berita Satu Media Holdings telah menerapkan strategi dengan pendekatan *7 Steps Whalen Strategic Planning Process*, namun pendekatan strategi *marketing public relations* yang dijalankan oleh Berita Satu Media Holdings belum sepenuhnya sesuai dengan teori yang penulis gunakan sebagai acuan. Walaupun dari beberapa strategi yang telah dilakukan oleh Berita Satu Media Holdings dapat dikatakan berhasil dalam membangun *brand awareness*. Penggunaan Strategi *marketing public relations* ini belum dijadikan sebagai strategi utama dalam menjalankan *core bisnis* Berita Satu Media Holdings.

Kata kunci: *Marketing*, *Public Relations*, *Marketing Public Relations*, *Brand awareness*.

ANALYSIS OF BERITA SATU'S MARKETING PUBLIC RELATIONS
STRATEGY THROUGH THE SPECIAL EVENT IN ORDER TO BUILD
BRAND AWARENESS AS A MEDIA HOLDINGS COMPANY

ABSTRACT

Written by : Budi Hartanto

This study focusing on how Berita Satu implementing their Marketing Public Relations strategy to build their brand awareness. Thru this thesis I explain about how competitive the media industry could be. Berita Satu Media Holdings as one of the media company in Indonesia uses several strategies to compete in this industry. I will describe about their strategies and how they implement it.

In this study I used the theories of marketing, public relations, and marketing public relations, and the main focus of this research is to explain how to implement marketing public relations strategy according to The 7 steps of Whalen Strategic and Planning Process. This study is using qualitative methods and to obtain a descriptive data based on interview and observation to division of Marketing Communication resulting in-depth description about program implementation.

The result of this study shows that Berita Satu Media Holdings already implement their strategy based on the 7 Steps Whalen Strategic Planning Process, however the strategy is not fully confirm the theory. in terms of several strategies that Berita Satu have done, I can conclude that they succeed building the brand awareness.

Key words: Marketing, Public Relations, Marketing Public Relations, Brand awareness.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR BAGAN | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 6 |
| | |
| BAB II KERANGKA PEMIKIRAN | 7 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 10 |
| 2.2.1 Public Relations | 10 |
| 2.2.2 Marketing | 12 |
| 2.2.3 Marketing Public Relations | 18 |
| 2.2.4 Special Event | 26 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.4 Brand | 28 |
| 2.2.5 Brand Awareness | 29 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 31 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 33 |
| 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian | 33 |
| 3.2 Metode Penelitian..... | 34 |
| 3.3 Paradigma Penelitian | 35 |
| 3.4 Key Informan dan Informan | 35 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 38 |
| 3.7 Keabsahan Data..... | 40 |
| 3.8 Fokus Penelitian..... | 41 |
| 3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 43 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan | 43 |
| 4.1.2 Logo Perusahaan | 44 |
| 4.1.3 Tagline | 45 |
| 4.1.4 Produk | 45 |
| 4.1.5 Struktur Organisasi BeritaSatu Media Holdings | 53 |
| 4.1.6 Struktur Divisi Marketing Communications | 54 |
| 4.2 Hasil Penelitian | 57 |
| 4.2.1 Analisis Strategi Marketing Public Relations | 57 |
| 4.3 Pembahasan..... | 73 |
| 4.3.1 Analisis Situasi Berita Satu Media Holdings | 73 |
| 4.3.2 Analisa Strategi <i>Marketing Public Relations</i> | 77 |

| | |
|--|----|
| 4.3.3 Evaluasi dan Posisi <i>Brand Awareness</i> Berita Satu | 81 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 84 |
| 5.1 Simpulan | 85 |
| 5.2 Saran..... | 82 |
| DAFTAR PUSTAKA | 86 |
| LAMPIRAN..... | 87 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | 88 |



UMMN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| 1. Tabel 1.1 Industri Media Cetak di Indonesia | 2 |
| 2. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 9 |
| 3. Tabel 2.2.4.2.1 Pendekatan Strategi MPR | 22 |
| 4. Tabel 2.6.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> | 29 |
| 5. Tabel 4.1.4.2.1 Bagan Divisi Kerja Marketing Communications..... | 50 |
| 6. Tabel 4.2.1 Perbedaan Marketing, MPR, dan CPR..... | 54 |
| 7. Tabel 4.3.1.1 Analisis SWOT Berita Satu | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 1. Gambar 2.2.3.1 Bauran Pemasaran | 16 |
| 2. Gambar 2.6.1 Piramida <i>Brand awareness</i> | 29 |
| 3. Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran | 32 |
| 4. Gambar 4.1.1 Brand Lippo Group | 46 |
| 5. Gambar 4.1.4.1 Sebaran Pembaca Jakarta Globe | 49 |
| 6. Gambar 4.1.4.2 <i>readership profile</i> Investor Daily | 51 |
| 7. Gambar 4.1.4.3 profil pembaca Suara Pembaruan | 52 |
| 8. Gambar 4.1.4.4 <i>readers profile</i> Beritasatu.com | 55 |
| 9. Gambar 4.1.5.1 struktur Organisasi Perusahaan | 56 |
| 10. Gambar 4.3.1 <i>Stakeholders mapping</i> | 78 |

DAFTAR BAGAN

| | |
|---|----|
| 1. Bagan 2.3.1 Kerangka Kerangka Pemikiran | 32 |
| 2. Bagan 4.1.5.2.1 Struktur Organisasi Divisi Marcomm | 57 |