



### **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.

**STRATEGI KAMPANYE *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT  
FRISIAN FLAG INDONESIA MELALUI BULAN SARAPAN SEMPURNA**

**2016**

**SKRIPSI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

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

**Nisa Novalita Usamah**

**12140110064**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG

2017

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nisa Novalita Usamah

NIM : 12140110064

Program studi : Ilmu komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“STRATEGI KAMPANYE *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT FRISIAN FLAG INDONESIA MELALUI BULAN SARAPAN SEMPURNA 2016”** adalah hasil karya penulis dan seluruh isi yang didapat melalui kutipan sumber telah penulis cantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiarisme dalam skripsi ini, gelar kesarjanaan penulis dapat dicabut.

Tangerang, 10 Februari 2017

Nisa Novalita Usamah

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi Kampanye *Marketing Public Relations* PT Frisian Flag Indonesia  
Melalui Bulan Sarapan Sempurna 2016”

Oleh:

Nisa Novalita Usamah

Telah diujikan pada 2 Februari 2017,

Pada pukul 12.00 – 13.30 dan dinyatakan LULUS dengan susunan penguji

sebagai berikut:

Ketua Sidang



Cherry kartika S.Ip, M.Ikom

Penguji Ahli



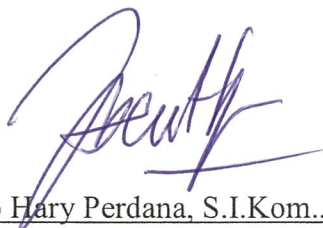
Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

## Kata Pengantar

Dengan kerendahan hati, penulis memanjatkan puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT atas rahmat serta karunia Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Marketing Public Relations PT Frisian Flag Indonesia Melalui Kampanye PR (Studi kasus: Bulan Sarapan Sempurna 2016)

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa doa, bimbingan, nasehat, dan kerjasama dari berbagai pihaklah yang mengiringi keberhasilan penyusunan skripsi ini hingga saat ini saya berhasil menyelesaikan skripsi yang saya buat. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing yang sabar membimbing saya hingga skripsi ini selesai.
2. Bapak Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si., selaku penguji skripsi dan Ibu Cherry Kartika, S.IP, M.Ikom yang sarannya sangat bermanfaat.
3. Bapak Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, yang telah membimbing kami di Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibunda dan Ayah tercinta, Ir.Hj. Daisyanti Astrilita dan Drs. H. Usamah Hisyam yang selalu mendoakan serta memberikan semangat kepada saya dan selalu sabar menunggu agar saya dapat meraih gelar sarjana saya.
5. Adik-adik tercinta, M. Fadhil Daffa, M. Abdul Razak Jauhar dan M Surya Kautsar yang selalu memberikan semangat dan membuat hariku penuh kasih sayang.
6. Oma, Opung dan Nenek Umi yang selalu mendoakan saya.
7. Mba Fetti Fadhliah, selaku PR & CSR Manager PT Frisian Flag Indonesia yang telah bersedia memberikan jawaban guna memenuhi penelitian dalam skripsi ini.
8. Bapak Rays Michelle Subagio Putro, selaku Brand Manager Prepared Beverages PT Frisian Flag Indonesia yang telah bersedia memberikan jawaban guna memenuhi penelitian dalam skripsi ini dan memberikan waktu untuk saya wawancara.

9. Ibu Sisi Suhardjo, selaku General Manager Public Relations IRIS Worldwide Indonesia telah bersedia ditemui untuk menjadi narasumber dan melakukan wawancara di tengah kesibukannya
10. Keluarga besar PT Frisian Flag Indonesia: Bapak Rivanda Idiyanto, Bapak Andrew F Saputro, Mba Fetti Fadhliah, Mba Viyanthi Silvana (Vivi), Mba Sandra Naomi, Mba Atika, Mba Keisha, Ibu Uke, Bapak Subandrio, Mba Arini, Mba Fauziyah Hanfi, Mba Yunita, Mas Titan Wardhana, Mas Yogi, Max Havelar Purba. Terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan sejak saya magang hingga menyelesaikan skripsi ini serta tali silaturahmi yang terus terjalin hingga hari ini.
11. Untuk sahabat-sahabatku tercinta sejak sekolah Julia Kalangi, Sheila Annisa, Dea Octifanny, Kimmy, Anissa Islami, Yaya dan Fedo Gusman yang selalu menasehati, memberikan semangat, mendoakan, serta membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat ku tercinta sejak semester satu Mia Minerva, Mentari Desiani, Iqbal Fajar Yudha, Juan Frederick, Juliansyah, Yessycha Octarina, Arline Puspita, Shara Shabrina yang selalu memberikan semangat, nasehat, serta dukungannya kepada penulis dan selalu setia menemani dalam segala keadaan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun akan penulis terima untuk perbaikan di kemudian hari. Pada akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Penulis hanya berharap semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca.

Tangerang, 16 Desember 2016

Nisa Novalita Usamah

## ABSTRAK

### **Judul: “Strategi Kampanye Marketing Public Relations PT Frisian Flag Indonesia Melalui Bulan Sarapan Sempurna 2016”**

Sarapan merupakan salah satu faktor penting dalam kehidupan sehari-hari manusia. Penyebab kekurangan gizi serta nutrisi pada tubuh diakibatkan karena adanya pola makan yang tidak seimbang dan teratur, salah satunya adalah dengan tidak melakukan sarapan pagi sebelum melakukan aktivitas sehari-hari. Dengan adanya hal tersebut beberapa perusahaan melakukan program untuk meningkatkan *awareness* mengenai pentingnya sarapan di pagi hari. Salah satunya adalah PT Frisian Flag Indonesia dengan produk Susu Kental Manis (SKM) mengadakan “Bulan Sarapan Sempurna 2016”. Skripsi ini disusun untuk membahas strategi yang digunakan PT Frisian Flag Indonesia dalam menjalankan kegiatan tersebut.

Penelitian berjudul “Strategi *Marketing Public Relations* Melalui *Kampanye PR*” ini menggunakan *Whalen’s 7 Step Strategic Planning Process* oleh Thomas L. Harris dan Patricia T. Whalen. Penelitian ini berjenis kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan wawancara mendalam dan tinjauan pustaka. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis data Miles & Huberman dan menggunakan teknik triangulasi guna untuk diuji keabsahannya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa selain untuk meningkatkan *awareness* masyarakat agar menerapkan sarapan sehat, gerakan ini juga diadakan untuk meluruskan persepsi masyarakat akan produk Susu Kental Manis (SKM) yang di persepsikan masyarakat membahayakan tubuh karena kandungan gulanya. Dalam kegiatan kampanye ini, PT Frisian Flag Indonesia menggunakan strategi pemanfaatan media sosial serta pihak ketiga juga melakukan kegiatan offline seperti membagikan sarapan gratis di car free day Jakarta untuk sosialisasi gerakan sarapan sehat ini.

**Kata Kunci:** PT Frisian Flag Indonesia, *Marketing Public Relations*, Kampanye, *Whalen’s 7 Steps Strategic Planning Process*.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Akademis.....	9
1.4.2 Praktis .....	10
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Peneliti 1 .....	11
Peneliti 2.....	12
2.2 Teori dan Konsep.....	15
2.2.1 Public Relations.....	15
2.2.2 Marketing Public Relations .....	19
2.2.2.1 Definisi MPR.....	19
2.2.2.2 MPR Values .....	21
2.2.3 Perencanaan Strategis MPR.....	26
2.2.4 Kampanye PR.....	29
2.2.5 Brand Image .....	33
2.2.5.1 Brand .....	33
2.2.5.2 Image (citra).....	34
2.3 Kerangka pemikiran.....	35
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian .....	36
3.2 Metode Penelitian .....	37
3.3 Key Informan .....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5 Teknis Analisis Data .....	43
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	45
3.7 Fokus Penelitian .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Profil Perusahaan.....	48



4.1.2	Struktur Perusahaan .....	55
4.2	Hasil penelitian .....	65
4.2.1	Penyampaian pesan yang dikemas dalam bentuk edukasi .....	65
4.2.2	Media massa sebagai salah satu <i>target audience</i> kampanye .....	67
4.2.3	Pemanfaatan media komunikasi digital dan <i>social media bloggers</i> .....	69
4.2.4	Edukasi penggunaan susu kental manis (SKM) .....	71
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
4.3.1	Analisis situasi .....	75
4.3.2	Tujuan .....	81
4.3.3	Strategi .....	84
4.3.4	Target .....	85
4.3.5	Pesan .....	87
4.3.6	Taktik .....	90
4.3.7	Evaluasi .....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	113
5.2	Saran .....	115
5.2.1	Saran Praktis .....	115
5.2.2	Saran Akademis .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

UMMN

## Daftar Gambar

Gambar 2.1 7 Strategic MPR Planning Process .....	26
Gambar 3.1 The Whalen's 7-Step Strategic Planning Process.....	47
Gambar 4.1 Logo perusahaan.....	50
Gambar 4.2 Produk Frisian Flag.....	49
Gambar 4.3 The Whalen's 7-Step Strategic Planning Process.....	74
Gambar 4.4 media visit.....	93
Gambar 4.5 car free day.....	93
Gambar 4.7 Pemenang lomba foto momen sarapan sempurna.....	94
Gambar 4.8 Konten foto Instagram.....	98
Gambar 4.9 Twitter.....	100
Gambar 4.10 Konten twitter selebriti.....	100
Gambar 4.11 Channel YouTube.....	102
Gambar 4.12 Website kampanye bulan sarapan sempurna.....	103
Gambar 4.13 Hasil evaluasi off air activities.....	110
Gambar 4.14 Hasil evaluasi message output.....	110
Gambar 4.15 Hasil evaluasi website page.....	111

UMMN

## Daftar Tabel

Tabel 2.2 Push, Pull, Pass Public Relations Strategies.....	24
Tabel 4.1 Daftar media breakfast box.....	68
Tabel 4.2 Daftar bloggers media sosial Instagram.....	96
Tabel 4.3 Daftar Bloggers media sosial Twitter.....	96

The image shows a large, light blue watermark of the UMN logo. The logo consists of a stylized globe with several white squares representing windows or panels, and the letters 'UMMN' in a bold, sans-serif font below it.

Daftar Bagan

Bagan 4.1 Struktur perusahaan.....55

