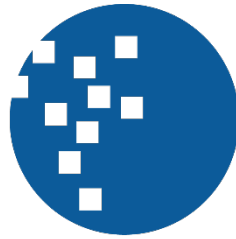


**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PIGEON
TEENS INDONESIA DALAM MELAKSANAKAN *EVENT*
*SCHOOL TAKE OVER #PEDEKESEKOLAH***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

SHARON IVANA SANTOSO

0000042662

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PIGEON
TEENS INDONESIA DALAM MELAKSANAKAN *EVENT*
*SCHOOL TAKE OVER #PEDEKESEKOLAH***



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

SHARON IVANA SANTOSO

00000042662

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sharon Ivana Santoso

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042662

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

Strategi *Marketing Public Relations* Pigeon Teens Indonesia Dalam Melaksanakan *Event School Take Over* #PedeKeSekolah

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



Handwritten signature of Sharon Ivana Santoso.

Sharon Ivana Santoso

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Strategi Marketing Public Relations Pigeon Teens Indonesia Dalam Melaksanakan Event School Take Over #PedeKeSekolah

Oleh

Nama : Sharon Ivana Santoso

NIM : 00000042662

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024

Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Endah Murwani, M.Si
NIDN 0327066402

Pembimbing

Eko Hadi Saputro.,SE., MM
NIDN 0303056102

Drs. Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Digitally signed by Eko
Hadi Saputro
Reason: I am approving
this document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2024-06-26
13:39+07:00

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sharon Ivana Santoso

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042662

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

Strategi *Marketing Public Relations* Pigeon Teens Indonesia Dalam Melaksanakan *Event School Take Over* #PedeKeSekolah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) *.

Tangerang, 10 Juni 2024



Sharon Ivana Santoso

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Strategi Marketing Public Relations Pigeon Teens Indonesia Dalam Melaksanakan Event School Take Over #PedeKeSekolah**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi(S.I.Kom) dari Universitas Multimedia Nusantara.

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M. Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya Mama, Papa, dan Icha yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Yoel Christian Alexander, sebagai pacar saya yang telah memberikan dukungan berupa makanan dan *support* selama pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi dengan tepat waktu.
7. Jea, Rachel, Bitha, Claire, dan Caca, sebagai teman-teman gereja saya yang memberikan dukungan berupa humor dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu
8. Lusiani Febrianti sebagai teman dari semester satu yang sama-sama memberi dukungan untuk penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.

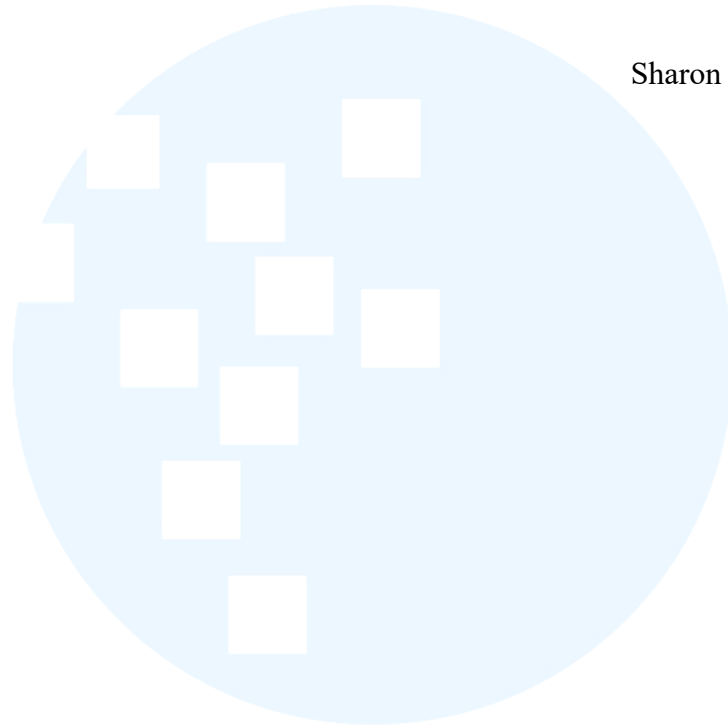
9. Tabitha, Shellena, Kaila, dan Jasmine sebagai teman-teman saya yang memberi dukungan dan semangat untuk sama-sama bisa menyelesaikan tugas akhir ini dan bisa lulus bersama
10. Vania Febiani sebagai teman kerja saya yang mendukung dan memberi semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.
11. Chrysan Tanjung sebagai *brand manager* Pigeon Teens yang membantu penulis dengan menjadi narasumber untuk penelitian tugas akhir ini.
12. Tarisa Indriani sebagai *event planner* dan *community specialist* yang membantu penulis dengan menjadi narasumber untuk penelitian tugas akhir ini.
13. Alifatul Hanifa sebagai *digital marketing* dan *KOL specialist* yang membantu penulis dengan menjadi narasumber untuk penelitian tugas akhir ini.
14. Baban sebagai bantal saya yang selalu menjadi teman saya dalam menyusun penelitian akhir ini.
15. Lee Jen0, Lee Haechan, Jung Jaehyun sebagai idol dan karakter *face claim* untuk AU yang menjadi hiburan saya dikala bingung dan pusing mengerjakan tugas akhir sehingga peneliti bisa mendapatkan hiburan dan menyelesaikan tugas akhir dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Tangerang, 1 Juni 2024



Sharon Ivana Santoso



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PIGEON TEENS
INDONESIA DALAM MELAKSANAKAN *EVENT SCHOOL TAKE OVER*
#PEDEKESEKOLAH**

Sharon Ivana Santoso

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "*Strategi Marketing Public Relations Pigeon Teens Indonesia Dalam Melaksanakan Event School Take Over #PedeKeSekolah*" menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teori *nine step* strategi *marketing public relations* dari Ronald Smith. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi Pigeon Teens dalam *event* tersebut serta efektivitas *event* sebagai *tools marketing public relations*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pigeon Teens sukses memanfaatkan *event* sebagai alat *marketing public relations* untuk menyampaikan pesan kepada pelajar. Melalui *School Take Over*, Pigeon Teens menciptakan interaksi langsung yang efektif dan berkesan dengan *target audience*. Kegiatan menarik dan edukatif dalam *event* ini meningkatkan *brand awareness* dan membangun hubungan positif dengan pelajar. Kesimpulannya, *event* terbukti menjadi *tools marketing public relations* yang efektif untuk Pigeon Teens dalam menyampaikan pesan komunikasi, berkat kemampuan *event* menciptakan pengalaman langsung dan interaktif yang mudah diterima dan diingat oleh audiens, sesuai dengan strategi sembilan langkah Ronald Smith.

Kata kunci: *Marketing Public Relations, Pigeon Teens, Event*

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

**PIGEON TEENS INDONESIA'S MARKETING PUBLIC RELATIONS
STRATEGY THROUGH THE SCHOOL TAKE OVER EVENT
#PEDEKESEKOLAH**

Sharon Ivana Santoso

ABSTRACT (English)

This research entitled "Pigeon Teens Indonesia Marketing Public Relations Strategy in Carrying Out the School Take Over #PedeKeSkolah Event" uses a descriptive qualitative method with Ronald Smith's nine step marketing public relations strategy theory. This research aims to analyze Pigeon Teens' strategy in this event as well as the effectiveness of the event as a marketing public relations tool. The research results show that Pigeon Teens successfully utilized events as a marketing public relations tool to convey messages to students. Through School Take Over, Pigeon Teens creates effective and memorable direct interactions with the target audience. Interesting and educational activities in this event increase brand awareness and build positive relationships with students. In conclusion, events have proven to be an effective marketing public relations tool for Pigeon Teens in conveying communication messages, thanks to the event's ability to create direct and interactive experiences that are easily accepted and remembered by the audience, in accordance with Ronald Smith's nine-step strategy.

Keywords: Marketing Public Relations, Pigeon Teens, Event

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA..	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	18
2.3 Alur Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	29
3.3 Metode Penelitian.....	31
3.4 Key Informan dan Informan (Studi Kasus)/Unit Analisis (Analisis Isi)....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33

3.6	Keabsahan Data	34
3.7	Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Subjek/Objek Penelitian	40
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.3	Pembahasan	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Simpulan.....	76
5.2	Saran	77
5.2.1	Saran Akademis	77
5.2.2	Saran Praktis	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN.....		81



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
--	----



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	26
Gambar 2.2 Alur Penelitian.....	28



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran	62
Lampiran B Transkrip Wawancara	82
Lampiran C Turnitin	121
Lampiran D Bukti Foto Kegiatan.....	131
Lampiran E Bukti Wawancara	132

