

**STRATEGI PROMOSI GUGUS MITIGASI LEBAK SELATAN  
UNTUK MENINGKATKAN BRAND LOYALTY PROGRAM  
PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN: STUDI PADA  
TSUNAMI READY PROGRAM**



**SKRIPSI**

**Muhammad Fathi Mudzakkir**

**00000066426**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

**STRATEGI PROMOSI GUGUS MITIGASI LEBAK SELATAN  
UNTUK MENINGKATKAN BRAND LOYALTY PROGRAM  
PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN: STUDI PADA  
TSUNAMI READY PROGRAM**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi

**Muhammad Fathi Mudzakkir**

**00000066426**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Fathi Mudzakkir

Nomor Induk Mahasiswa : 00000066426

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**STRATEGI PROMOSI GUGUS MITIGASI LEBAK SELATAN UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND LOYALTY PROGRAM PEMBANGUNAN  
BERKELANJUTAN: STUDI PADA TSUNAMI READY PROGRAM**

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, 18 Desember 2025



Muhammad Fathi Mudzakkir

## HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Fathi Mudzakkir

NIM : 00000066426

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan :

Strategi Promosi Gugus Mitigasi Lebak Selatan Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Program Pembangunan Berkelanjutan : Studi Pada Tsunami Ready Program.

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir\*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 14 Januari 2026



Muhammad Fathi Mudzakkir

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

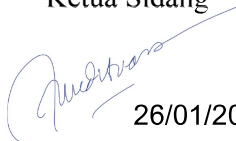
**STRATEGI PROMOSI GUGUS MITIGASI LEBAK SELATAN UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND LOYALTY PROGRAM PEMBANGUNAN  
BERKELANJUTAN: STUDI PADA TSUNAMI READY PROGRAM**

Oleh  
Nama : Muhammad Fathi Mudzakkir  
NIM : 00000066426  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Strategic Communication

Telah diujikan pada hari Rabu, 14 Desember 2026  
Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
26/01/2026

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo., M.Sn  
0313068201

Penguji



Azelia Faramita S.Si, MM  
0308128501

Pembimbing



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si  
0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fathi Mudzakkir

NIM : 00000066426

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : STRATEGI PROMOSI GUGUS MITIGASI  
LEBAK SELATAN UNTUK MENINGKATKAN  
BRAND LOYALTY PROGRAM  
PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN: STUDI  
PADA TSUNAMI READY PROGRAM

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia\* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) \*\*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
  - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
  - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, Desember 18 2025



(Muhammad Fathi Mudzakkir )

\* Pilih salah satu

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memberikan kontribusi akademik dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait dengan kajian komunikasi risiko dan dinamika kelompok dalam kegiatan touring komunitas motor. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, 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. Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar, penuh dedikasi, dan perhatian membimbing saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Beliau senantiasa meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk memberikan arahan yang jelas, koreksi yang teliti, serta wawasan dan pengetahuan baru yang sangat membantu penulis dalam memahami dan menyusun setiap bagian skripsi ini. Saya merasa sangat bersyukur dan beruntung dapat memperoleh bimbingan langsung

dari Bapak Indiwana Seto Wahjuwibowo yang selalu memberikan dukungan dan motivasi hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Keluarga saya yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun material, doa, serta semangat tanpa henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi selama proses penyusunan skripsi ini.

Tangerang, 18 Desember 2025



(Muhammad Fathi Mudzakkir)



# **Strategi Promosi Gugus Mitigasi Lebak Selatan Untuk Meningkatkan Brand Loyalty Program Pembangunan Berkelanjutana : Studi Pada Tsunami Ready Program**

Muhammad Fathi Mudzakkir

## **ABSTRAK**

*Wilayah pesisir Lebak Selatan merupakan kawasan rawan tsunami yang membutuhkan strategi mitigasi terpadu, tidak hanya melalui pembangunan infrastruktur, tetapi juga melalui upaya komunikasi yang efektif bagi masyarakat. Salah satu inisiatif yang dikembangkan adalah Tsunami Ready Program yang bertujuan meningkatkan kesiapsiagaan masyarakat berbasis komunitas. Namun, rendahnya tingkat pengenalan masyarakat terhadap program ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan belum optimal dalam membangun kesadaran publik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami secara mendalam strategi promosi yang dilakukan oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan dalam meningkatkan Brand loyaltyTsunami Ready Program sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan.*

*Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus eksplanatori. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta analisis dokumen dan konten media komunikasi program. Informan dipilih secara purposive, meliputi koordinator program, fasilitator lapangan, dan pengelola komunikasi Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Kerangka teoritis yang digunakan meliputi Theory of Change, konsep strategi promosi organisasi nirlaba, serta konsep Brand loyaltydan brand loyalty.*

*Hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan proses perancangan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi promosi, termasuk pola penyusunan pesan, pemilihan saluran komunikasi, dan keterlibatan masyarakat. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis pada kajian komunikasi keberlanjutan serta manfaat praktis bagi perumusan strategi komunikasi mitigasi bencana yang lebih efektif dan partisipatif.*

**Kata Kunci:** Strategi promosi, Mitigasi tsunami, Brand awareness, Komunikasi komunitas, Pembangunan berkelanjutan

***Promotional Strategy of the South Lebak Mitigation Cluster to Increase Brand loyaltyof a Sustainable Development Program: A Study of the Tsunami Ready Program***

(Muhammad Fathi Mudzakkir)

***ABSTRACT***

*The coastal area of South Lebak is a tsunami-prone region that requires an integrated mitigation strategy, not only through infrastructure development but also through effective communication efforts targeting the community. One of the initiatives developed is the Tsunami Ready Program, which aims to enhance community-based preparedness. However, the low level of public recognition of this program indicates that the current promotional strategies have not been optimal in building public awareness. Therefore, this study aims to analyze and gain an in-depth understanding of the promotional strategies implemented by the South Lebak Mitigation Cluster in increasing Brand loyaltyof the Tsunami Ready Program as part of sustainable development efforts.*

*This study employs a qualitative approach using an explanatory case study method. Data are collected through in-depth interviews, field observations, and analysis of documents and communication content related to the program. Informants are selected using purposive sampling, including the program coordinator, field facilitators, and the communication officer of the South Lebak Mitigation Cluster. The theoretical framework applied in this study includes the Theory of Change, nonprofit promotional strategy concepts, as well as the concepts of Brand loyaltyand brand loyalty.*

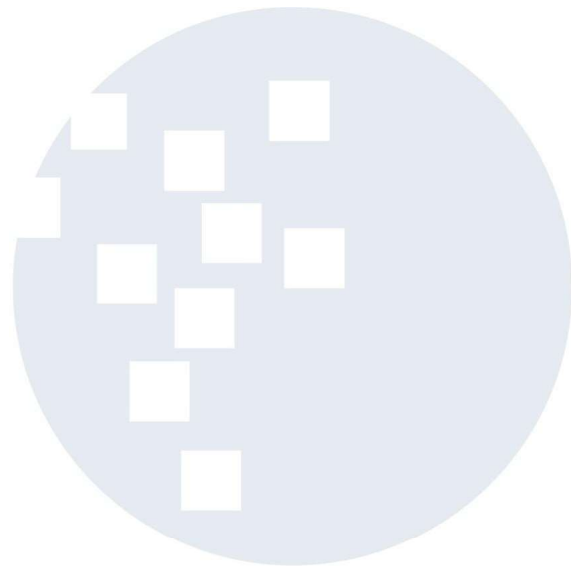
*The findings of this study are expected to illustrate the processes of planning, implementation, and evaluation of the promotional strategies, including message development patterns, choice of communication channels, and the level of community involvement. This research is expected to contribute theoretically to the study of sustainability communication and provide practical insights for developing more effective and participatory disaster mitigation communication strategies.*

*Keywords: Promotional strategy, Tsunami mitigation, Brand awareness, Community communication, Sustainable development*

## DAFTAR ISI

|                                                   |      |
|---------------------------------------------------|------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....            | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                         | iii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....  | iv   |
| KATA PENGANTAR.....                               | v    |
| ABSTRAK .....                                     | vii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                             | viii |
| DAFTAR ISI.....                                   | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                | xi   |
| DAFTAR GAMBAR.....                                | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                             | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN.....                            | 1    |
| 1.1. Latar Belakang .....                         | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                         | 6    |
| 1.3. Pertanyaan Penelitian .....                  | 6    |
| 1.4. Tujuan Penelitian .....                      | 6    |
| 1.5. Kegunaan Penelitian .....                    | 6    |
| 1.5.1 Kegunaan Akademis .....                     | 6    |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis.....                       | 7    |
| 1.5.3 Kegunaan Sosial .....                       | 7    |
| 1.6. Batasan Penelitian .....                     | 8    |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS ..... | 9    |
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....                   | 9    |
| 2.2. Landasan Teori.....                          | 16   |
| 2.3. Kerangka Pemikiran.....                      | 21   |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....               | 22   |
| 3.1. Paradigma Penelitian .....                   | 22   |
| 3.2. Jenis dan Sifat Penelitian.....              | 23   |
| 3.3. Metode Penelitian.....                       | 24   |
| 3.4. Pemilihan Informan .....                     | 26   |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data.....                 | 28   |

|                                                                                               |                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| 3.6. Teknik Keabsahan Data .....                                                              | 29                           |
| 3.7. Teknik Analisis Data .....                                                               | 31                           |
| <b>BAB IV .....</b>                                                                           | <b>33</b>                    |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                  | <b>33</b>                    |
| 4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....                                                          | 33                           |
| 4.1.1 Subjek Penelitian.....                                                                  | 33                           |
| 4.1.2 Objek Penelitian .....                                                                  | 34                           |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                                    | 35                           |
| 4.2.1 Perancangan Strategi Promosi Tsunami Ready Program .....                                | 35                           |
| 4.2.2 Segmentasi dan Karakteristik Audiens Sasaran Error! Bookmark not defined.               |                              |
| 4.2.3 Perumusan Pesan Promosi Tsunami Ready Program.....                                      | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.4 Implementasi Strategi Promosi Gugus Mitigasi Lebak Selatan Error! Bookmark not defined. |                              |
| 4.2.5 Evaluasi Strategi Promosi dalam Meningkatkan Brand Loyalty Error! Bookmark not defined. |                              |
| 4.2.6 Hambatan dan Tantangan Strategi PromosiError! Bookmark not defined.                     |                              |
| 4.3 Pembahasan .....                                                                          | 59                           |
| 4.3.1 Implementasi Strategi Promosi.....                                                      | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.2 Partisipasi dan Keterlibatan Masyarakat....                                             | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.3 Pembentukan Brand Loyalty Program.....                                                  | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.4 Hambatan dan Penyesuaian Strategi .....                                                 | Error! Bookmark not defined. |
| <b>BAB V .....</b>                                                                            | <b>69</b>                    |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                             | <b>69</b>                    |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                           | 69                           |
| 5.2 Saran .....                                                                               | 69                           |
| 5.2.1 Saran Akademis .....                                                                    | 70                           |
| 5.2.2 Saran Praktis.....                                                                      | 70                           |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                   | <b>72</b>                    |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu ..... | 11 |
| Tabel 3. 1 Daftar Informan.....       | 27 |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Kerangka Penelitian ..... | 21 |
|---------------------------------------|----|



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

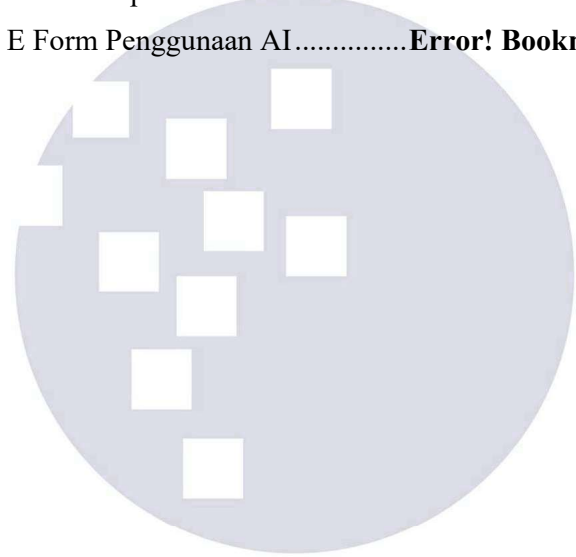


UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                     |                                     |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Lampiran A. Turnitin.....                           | 76                                  |
| Lampiran B Form Bimbingan.....                      | 77                                  |
| Lampiran C <i>Informed Consent</i> Partisipan ..... | 78                                  |
| Lampiran D Transkrip Wawancara Penelitian .....     | 107                                 |
| Lampiran E Form Penggunaan AI.....                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA