

**AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS
CV. CONCEPT TEKNOLOGI DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN PENTINGNYA
PENGUNAAN CCTV**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

Hesti Kurniawati

NBI : 1151700031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS
CV. CONCEPT TEKNOLOGI DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN PENTINGNYA
PENGUNAAN CCTV**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

Hesti Kurniawati

NBI: 1151700031

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hesti Kurniawati

NBI : 1151700031

Judul : Aktivitas Marketing Public Relations CV. Concept Teknologi dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Penggunaan CCTV

Mengetahui :


Surabaya, 12 Januari 2022

a.n. Dekan

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Dosen Pembimbing

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Drs. Agung Pujianto, MM


Mohammad Insan
Romadhan, S.I.Kom.,
M.Med.Kom.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal

Dewan Penguji :

1. (Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.)
2. (Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M.Med.Kom.)
3. (Herlina Kusumaningrum, S. Sos., MA.)

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

a.n. Dekan

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Drs. Agung Pujiyanto, MM



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Exl. 311)
e-mail : perpus@umag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hesti Kurniawati
NBI/ NPM : 1151700031
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"Aktivitas Marketing Public Relations CV Concept Teknologi dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Penggunaan CCTV"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 12 Januari 2022

Yang Menyatakan,



(Hesti Kurniawati)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Hesti Kurniawati

NBI : 115170031

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : "Aktivitas Marketing Public Relations CV Concept Teknologi dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Penggunaan CCTV"

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sadar-sadarnya.

Surabaya, 12 Januari 2022
Yang membuat Pernyataan



Hesti Kurniawati

ABSTRAK

Marketing public relations yaitu proses merencanakan, melaksanakan dan mengevaluasi program yang mendorong pembelian dan kepuasan pelanggan melalui komunikasi informasi dan impresi yang kredibel. Pada era sekarang ini peran *Marketing Public Relations* menjadi semakin penting karena itikad baik (*good will*) menjadi suatu bagian dari profesionalisme yang pasti akan terbentuk. Perkembangan suatu perusahaan tidak terlepas dari peran sebuah marketing dan seorang humas dalam perkembangan perusahaannya. Untuk melaksanakan program untuk mencapai tujuan perusahaan *marketing public relations*. Melalui aktivitas *marketing public relations* CV. Concept Teknologi berupaya untuk memperluas penyebaran informasi baik perusahaan maupun produk yang dipasarkan guna merangsang pembelian dan memberikan pengetahuan produk kepada konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas *marketing public relations* CV Concept Teknologi dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya penggunaan CCTV. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan pendekatan penelitian ilmu komunikasi, menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Kata Kunci: Humas pemasaran, CCTV

ABSTRACT

Marketing public relations is the process of planning, implementing and evaluating programs that encourage purchase and customer satisfaction through credible communication of information and impressions. In the current era, the role of Marketing Public Relations is becoming increasingly important because good will is a part of professionalism that will definitely be formed. The development of a company cannot be separated from the role of a marketing and public relations officer in the development of the company. To implement the program to achieve the company's marketing public relations goals. Through marketing public relations activities CV. Concept Technology seeks to expand the dissemination of information on both the company and the products being marketed in order to stimulate purchases and provide product knowledge to consumers who have used the product or service. This study aims to determine how CV Concept Technology's marketing public relations activities increase awareness of the importance of using CCTV. This type of research is descriptive qualitative, with a communication science research approach, using data collection methods through observation, in-depth interviews, and documentation.

Keywords : *Marketing Pubic Relations, CCTV*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Aktivitas Marketing Public Relations CV. Concept Teknologi dalam Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Penggunaan CCTV”. Shalawat dan salam juga selalu penulis panjatkan kehadirat Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafaatnya kelak di hari akhir.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 (Strata 1). Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, keikhlasan, dan ketulusan, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu, kakak, yang mendukung secara moral dan material selama perkuliahan di Untag Surabaya.
2. Kaprodi ilmu komunikasi Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom., yang selalu sabar menghadapi mahasiswanya ditengah kesibukannya sebagai Kaprodi.
3. Dosen pembimbing pertama Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom yang memberikan ilmu, motivasi, dan kemudahan pada saat pengerjaan skripsi maupun saat perkuliahan.
4. Dosen pembimbing kedua Ibu Fitri Norhabiba, S.I.Kom., M.I.Kom.. yang banyak memberikan ilmu dan referensi mengenai topik skripsi ini yaitu aktivitas *marketing public relations*.
5. Semua dosen ilmu komunikasi Untag Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah meminjamkan berbagai buku referensi untuk pengerjaan skripsi dan atas canda tawa yang menjadi kenangan di Untag Surabaya.
6. Teman-teman seperjuangan yang mengerjakan skripsi secara daring Rio, Taufik, Oci, Angel, dkk.
7. CV. Concept Teknologi terutama Mba Desy, Ko Andrew, Ko Heru, Ce Linda.

8. Teman-teman yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung terhadap pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan buku skripsi ini. Oleh karena itu, besar harapan penulis untuk menerima saran dan kritik dari pembaca. Demikian penulis berharap semoga skripsi dapat memberikan manfaat bagi kita semua amin ya rabbal'alamin.

Surabaya, 28 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Critical Review.....	10
2.1.2 Teori Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	11
2.2 Konsep Pendukung	12
2.2.1 Public Relations dan Marketing Public Relations	12
2.3 Kerangka <i>Dasar Pemikiran</i>	22
2.3.1 Deskripsi Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1	Tipe Penelitian	24
3.2	Peran Peneliti	24
3.3	Kriteria Informan	25
3.4	Lokasi Penelitian.....	26
3.5	Sumber Data dan Tehnis Pengumpulan Data	26
3.5.1	Data Primer.....	27
3.5.2	Data Sekunder.....	27
3.5.3	Tehnis Pengumpulan Data.....	27
3.6	Tehnis Analisis Data	28
3.6.1	Reduksi Data.....	28
3.6.2	Penyajian data.....	29
3.6.3	Penarikan dan Pengujian Kesimpulan	29
3.7	Keabsahan Data	29
BAB IV DESKRIPSI OBJEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN		
.....		30
4.1	Deskripsi Objek	30
4.1.2	CV. Concept Teknologi	30
4.1.3	Kota Surabaya.....	32
4.2	Penyajian Data	33
4.2.2	Aktivitas <i>Marketing Public Relation</i> CV. Concept Teknologi	33
4.3	Pembahasan.....	45
1.	Publikasi	51
2.	Identitas Media.....	53
3.	Event	55
4.	Berita.....	56
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan	58

5.2	Saran	59
	DAFTAR PUSTAKA.....	61
	LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Literatur Review.....	7
Tabel 3.1 Data informan.....	25
Tabel 4.1 Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> CV. Concept Teknologi....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	23
Gambar 3.1 Peta Lokasi Penelitian.....	26
Gambar 4.1 CV.Concept Teknologi Office.....	331
Gambar 4.2 Peta Kota Surabaya.....	32
Gambar 4.3 Produk Subvision.....	46
Gambar 4.4 Paket CCTV CV. Concept Teknologi	47
Gambar 4.5 Lokasi	48
Gambar 4.6 Facebook CV. Concept Teknologi	551
Gambar 4.7 Instagram CV. Concept Teknologi	52
Gambar 4.8 Website CV. Concept Teknologi	53
Gambar 4.9 Logo CV. Concept Teknologi.....	53
Gambar 4.10 Kartu nama CV. Concept Teknologi	54
Gambar 4.11 Kalender CV. Concept Teknologi	55
Gambar 4.12 Workshop CV. Concept Teknologi	55
Gambar 4.13 Family Gathering CV. Concept Teknologi.....	56
Gambar 4.14 Berita CV. Concept Teknologi	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara	63
Lampiran 2. Dokumentasi & Observasi	66
Lampiran 3. ACC Skripsi dari Dosen Penguji	68
Lampiran 4. Hasil Uji Turnitin	71