

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
PT SEMAR PUNAKAWAN ABADI DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA
MASYARAKAT SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

WINDA SEFIA REDINA
NPM : 1151900021

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
PT SEMAR PUNAKAWAN ABADI DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PADA
MASYARAKAT SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

WINDA SEFIA REDINA
NPM : 1151900021

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**


LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Winda Sefia Redina
NBI : 1151900021
Judul : Strategi Marketing Public Relations PT Semar
Punakawan Abadi Dalam Membangun Brand
Awareness Pada Masyarakat Surabaya

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

Surabaya, 27 Juni 2023
Disetujui Oleh Dosen Pembimbing


Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana,
S.Sos., M. Med.Kom
NPP. 20150180777

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Di pertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana :

Dewan Penguji

1. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos.,
M.Med.Kom**
Ketua

()

2. **Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si**
Anggota

()
()

3. **Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si**
Anggota

()

Mengesahkan

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


()

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Winda Sefia Redina
NBI : 1151900021
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Marketing Public Relations PT Semar
Punakawan Abadi Dalam Membangun Brand
Awareness Pada Masyarakat Surabaya

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 dalam 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 dalam 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 sesadar-sadarnya.

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

Surabaya, 27 Juni 2023
Yang Membuat Pernyataan



Winda Sefia Redina
NBI. 1151900021



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (EXT. 311)
e-mail : perpus@untag-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 : Winda Sefia Redina
NBI/ NPM : 111900021
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

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:

Strategi Marketing Public Relations
PT Semar Purakawan Abadi Dalam membangun
Brand Awareness Pada Masyarakat Surabaya

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 : Surabaya
Pada tanggal : 27 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(.....)
Winda Sefia Redina

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

One of the largest industries in Indonesia is the food and beverage industry, especially the ice cream industry. Indonesia is one of the countries with the most consumption of ice cream in Southeast Asia. Korudo Ice Cream is a new ice cream brand that is present in Indonesia, with massive competition in the ice cream industry. As a company that has just entered the ice cream industry in Indonesia, Korudo has the challenge of introducing its products/brand awareness to the general public in Indonesia. PT Semar Punakawan Abadi, as a distributor of Korudo ice cream, certainly cannot be separated from obstacles in marketing its products and company image as a new brand in the ice cream industry, including how and what its marketing public relations strategy is in marketing its company's image to the public. This study uses qualitative methods to analyze the marketing public relations strategy of PT Semar Punakawan Abadi through the Theory of 4 Steps of Public Relations and marketing public relations activities. From the results of the research, companies use marketing public relations activities to build brand awareness in the community by promoting products through social media and social activities, and have not implemented sponsorship activities in the initial planning of product introduction.

Keywords: *Strategy, Marketing Public Relations, Brand Awareness, Korudo, Ice Cream*

ABSTRAK

Salah satu industri terbesar di Indonesia adalah industri makanan dan minuman, khususnya industri es krim. Indonesia menjadi salah satu negara dengan konsumsi es krim terbanyak se-Asia Tenggara. Korudo Ice Cream adalah *brand* es krim baru yang hadir di Indonesia, dengan persaingan di industri es krim yang masif. Sebagai perusahaan yang baru terjun di industri es krim di Indonesia, Korudo memiliki tantangan untuk memperkenalkan produknya/*brand awarness* ke masyarakat luas di Indonesia. PT Semar Punakawan Abadi, sebagai distributor es krim Korudo, tentu tidak terlepas dari hambatan dalam memasarkan produk-produk dan citra perusahaannya sebagai brand baru di industri es krim meliputi bagaimana dan apa strategi *marketing public relations*-nya dalam memasarkan citra perusahaannya kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisa strategi *marketing public relations* dari PT Semar Punakawan Abadi melalui Teori 4 Langkah *Public Relations* dan kegiatan *marketing public relations*. Dari hasil penelitian, perusahaan menggunakan kegiatan-kegiatan *marketing public relations* untuk membangun *brand awareness* padamasyarakat dengan mempromosikan produk melalui media sosial dan kegiatan-kegiatan sosial, dan masih belum melaksanakan kegiatan *sponsorship* di perencanaan awal pengenalan produk.

Kata kunci: *Strategi, Marketing Public Relations, Brand Awarness, Korudo, Es Krim*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas ridanya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Strategi Marketing Public Relations PT Semar Punakawan Abadi”

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP Selaku Dekan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
2. Bapak Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M.Med.Kom selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, waktu, kesabaran dan berbagai pengalaman selama proses penyusunan skripsi.
3. Bapak Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA Selaku Dosen Pembimbing II yang memberikan motivasi serta arahan selama proses penyusunan skripsi
4. Ibu Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M. Si selaku Dosen Wali.
5. Keluarga penulis, Ayah Rofik, Ibu Arnik, Kakak Fanita dan Hanna.
6. Terimakasih untuk sahabat seperjuangan Nabila, Felia yang senantiasa memberikan dukungan maupun informasi.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Allah Swt. dan akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Surabaya, 27 Juni 2023



Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Pengesahan Skripsi	ii
Lembar Pernyataan Originalitas.....	iii
Lembar Pernyataan Publikasi.....	iv
Abstract.....	v
Abstrak.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Critical Review.....	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Empat Langkah Proses <i>Public Relations</i>	12
2.3 Landasan Konseptual	14
2.3.1 Strategi	14
2.3.2 Public Relations.....	16
2.3.3 Marketing Public Relations.....	17
2.3.4 Brand Awarness	19

2.4 Kerangka Dasar Pemikiran.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.2.1 Subjek Penelitian.....	25
3.2.2 Objek Penelitian	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.3.1 Jenis Data	26
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.3 Informan Penelitian.....	27
3.4 Teknik Analisis Data.....	29
3.5 Keabsahan Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Profil PT Semar Pudukawan Abadi	33
4.1.1 Logo PT Semar Pudukawan Abadi	34
4.1.2 Visi dan Misi.....	34
4.1.3 Struktur Perusahaan	34
4.2 Hasil Penelitian.....	36
4.2.1 Marketing Public Relations PT Semar Pudukawan Abadi	36
4.2.2 Analisis Situasi Yang Dilakukan PR PT Semar Pudukawan Abadi	36
4.2.3 Perencanaan Yang Dilakukan PR PT Semar Pudukawan Abadi	38
4.2.4 Pelaksanaan Yang Dilakukan PR PT Semar Pudukawan Abadi.....	39
4.2.5 Evaluasi Program PR PT Semar Pudukawan Abadi.....	42
4.3 Pembahasan	44
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Rekomendasi	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Data Informan.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Segitiga Brand Awareness.....	21
Gambar 2. 2 Kerangka Dasar Pemikiran.....	23
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	34
Gambar 4. 2 Struktur Perusahaan.....	35
Gambar 4. 3 Screenshot Video TikTok.....	40
Gambar 4. 4 Screenshot Penggunaan Video TikTok Untuk Promosi	46
Gambar 4. 5 Pemasangan Banner Di Toko	47
Gambar 4. 6 Unggahan Korudo di Instagram	48
Gambar 4. 7 6 Logo Sertifikasi Halal di Produk.....	49
Gambar 4. 8 Dokumentasi Event yang diadakan PT Semar Punakawan Abadi	50
Gambar 4. 9 Contoh Media Online yang Meliput Korudo.....	51
Gambar 4. 10 Dokumentasi Kegiatan Sosial Menggambar Bersama Anak-Anak Kurang Mampu.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara	59
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara	67
Lampiran 3 Kartu Bimbingan.....	69
Lampiran 4 Lembar Revisi	71
Lampiran 5 Hasil Turnitin	74