



**PENGARUH *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TERHADAP
MINAT MENONTON FILM PETAKA GUNUNG GEDE**

(Survei pada Mahasiswa Public Relations Universitas Mercu Buana
2023)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun oleh:

SABRINA BELLA SAFITRI

44222010003

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**PENGARUH *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TERHADAP
MINAT MENONTON FILM PETAKA GUNUNG GEDE**

(Survei pada Mahasiswa Public Relations Universitas Mercu Buana
2023)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Tugas Akhir Ini Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu
Komunikasi

Disusun oleh:

SABRINA BELLA SAFITRI

44222010003

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabrina Bella Safitri
NIM : 44222010003
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP MINAT MENONTON
FILM ‘PETAKA GUNUNG GEDE’”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 29 Desember 2026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Sabrina Bella Safitri)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Sabrina Bella Safitri

NIM : 44222010003

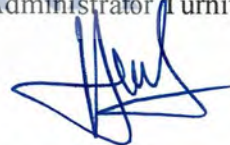
Program Studi : Public Relations

Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Minat Menonton Film Petaka Gunung Gede.” telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 10 Januari 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 29%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Sabrina Bella Safitri
NIM : 44222010003
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS
TERHADAP MINAT MENONTON FILM 'PETAKA GUNUNG GEDE'

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 29 Desember 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



(Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0306047001

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Januari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan baik dan tepat waktu. Proposal ini berjudul **"PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP MINAT MENONTON FILM PETAKA GUNUNG GEDE"**. Yang bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam proses penyusunan proposal penelitian, peneliti banyak sekali mendapatkan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis mampu menyelesaikan proposal penelitian. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat dan ilmu kepada peneliti.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Siti Muslichatul M.Ikom selaku Sekprodi Public Relations 1
6. Novi Erlita, S.Sos, M.A. selaku Sekprodi Public Relations 2
7. Untuk kedua orang tua yang saya cintai, Ibu saya yang bernama Umi Kulsum dan Bapak saya yang bernama Suherman, dan dua saudara saya, yaitu Kakak saya bernama Arieck Suttan dan adik saya Regan Ali Jibran yang ada di rumah telah memberikan motivasi, bantuan moril, materi serta doa dan dukungan nya kepada saya dapat menyelesaikan proposal **"Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Minat Menonton Film Petaka Gunung Gede"**

8. Sahabatku tersayang dan seperjuangan khususnya: Hamdi, Ica, Opay, Pw, Nata, Amanda, Dea, Orel, Elsa, Cici, Refanda, Sulthan, Iki, Ipeh, Avi. Yang selama ini selalu senantiasa memberikan semangat dan motivasi yang luar biasa.
9. Dan seluruh pihak yang telah memberi dukungan serta doa yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu

Penulis telah berusaha menyelesaikan proposal tugas akhir ini sebaik dan sesempurna mungkin. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal ini. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal tugas akhir ini berguna bagi pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, Maret 2025

Peneliti



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Sabrina Bella Safitri

44222010003

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sabrina Bella Safitri
NIM : 44222010003
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS
TERHADAP MINAT MENONTON FILM 'PETAKA GUNUNG GEDE'

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Desember 2025

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCUBUANA



SEPULUH RIBU
10
MERCUBUANA
ABS92ANX224231879

(Sabrina Bella Safitri)

ABSTRAK

Nama : Sabrina Bella Safitri
NIM : 44222010003
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Minat
Menonton Film Petaka Gunung Gede (Survei Terhadap
Mahasiswa Public Relations angkatan 2023 Universitas
Mercu Buana
Dosen Pembimbing : Prof.Dr.Nur Kholisoh, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Marketing Public Relations* (MPR) terhadap minat menonton film "Petaka Gunung Gede" pada mahasiswa *Public Relations* Universitas Mercu Buana angkatan 2023. Fenomena perkembangan media digital telah mengubah lanskap promosi film, di mana konten horor dari kanal YouTube @PrasodjoMuhammad bertransformasi menjadi karya layar lebar yang dipasarkan melalui strategi *storytelling* dan kredibilitas pihak ketiga. Dengan menggunakan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), penelitian ini memposisikan MPR sebagai stimulus yang memengaruhi organisme (mahasiswa) hingga menghasilkan respon berupa minat menonton. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 97 responden yang dipilih melalui teknik *simple random sampling*. Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara MPR terhadap minat menonton, yang dibuktikan melalui persamaan regresi $Y = 14,815 + 0,482X$. Nilai korelasi sebesar 0,739 mengindikasikan adanya hubungan yang kuat di antara kedua variabel tersebut. Lebih lanjut, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa MPR berkontribusi sebesar 54,7% terhadap variasi minat menonton, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Secara statistik, nilai t-hitung sebesar 10,702 yang lebih besar dari t-tabel 1,985 menegaskan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi MPR yang mengandalkan publisitas digital, relasi media, dan narasi yang autentik efektif dalam membangun kredibilitas dan memicu ketertarikan audiens. Rekomendasi penelitian ini adalah agar praktisi pemasaran film terus memperkuat pemanfaatan konten *storytelling* di platform digital untuk menciptakan kedekatan emosional dengan audiens mahasiswa.

Kata Kunci: Marketing Public Relations, Minat Menonton, Teori S-O-R, Model AIDA, Film Petaka Gunung Gede.

ABSTRACT

Name : Sabrina Bella Safitri
NIM : 44222010003
Study Programme : Public Relations
Thesis Tittle : *The Influence of Marketing Public Relations on the Interest in Watching the Film Petaka Gunung Gede (A survey of 2023 Public Relations students, Mercu Buana University)*
Counsellor : Prof.Dr.Nur Kholisoh, M.Si

This study aims to analyze the influence of Marketing Public Relations (MPR) on the interest in watching the film "Petaka Gunung Gede" among Public Relations students at Mercu Buana University, class of 2023. The phenomenon of digital media development has transformed the film promotion landscape, where horror content from the @PrasodjoMuhammad YouTube channel transitioned into a feature film marketed through storytelling strategies and third-party credibility. Utilizing the S-O-R (Stimulus-Organism-Response) theory, this research positions MPR as the stimulus that influences the organism (students) to produce a response in the form of interest in watching. The research method employed is quantitative, involving the distribution of questionnaires to 97 respondents selected through simple random sampling. Data analysis results indicate a positive and significant influence of MPR on interest in watching, as evidenced by the regression equation $Y = 14.815 + 0.482X$. A correlation value of 0.739 indicates a strong relationship between the two variables. Furthermore, the coefficient of determination test results show that MPR contributes 54.7% to the variation in interest in watching, while the remainder is influenced by other factors outside this study. Statistically, the t-value of 10.702, which is greater than the t-table value of 1.985, confirms that the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. This study concludes that MPR strategies relying on digital publicity, media relations, and authentic narratives are effective in building credibility and triggering audience interest. The recommendation of this research is for film marketing practitioners to continue strengthening the use of storytelling content on digital platforms to create emotional proximity with student audiences.

Keyword: Marketing Public Relations, Viewing Interest, S-O-R Theory, AIDA model, Film Petaka Gunung Gede.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	6
1.4.2. Kegunaan Praktis	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 Novelty	9
2.3 Kajian Teoritis	18
2.3.1 Teori S-O-R.....	18
2.3.2 Kerangka Penelitian	19
2.4 <i>Marketing Public Relations</i> (MPR).....	21
2.4.1 Marketing Public Relations di Media Digital.....	21

2.5 Minat Menonton Film	24
2.3.5 Hubungan MPR dengan Minat Menonton	26
2.3.6 Mahasiswa	27
2.4 Hipotesis	28
BAB III	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	32
3.3.3 Teknik Penarikan Sample	33
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	33
3.4.1 Definisi Konsep	33
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	34
3.5 Validitas dan Reliabilitas	38
3.5.1 Validitas	38
3.5.2 Reliabilitas	40
3.6 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6.1 Data Primer	42
3.6.2 Data Sekunder	43
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.7.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	44
3.7.2 Korelasi Pearson Product Moment	44
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (KD)	45
3.7.4 Uji Hipotesis	46
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Identitas Responden	50

4.2.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	50
4.2.1.2 Usia Responden.....	50
4.2.2 Kuesioner Penelitian	51
4.2.2.1 Kredibilitas <i>Marketing Public Relations</i> (X)	51
4.2.2.2 Pembentukan Citra Melalui Publisitas <i>Marketing Public Relations</i> (X).....	54
4.2.2.3 Hubungan Jangka Panjang Dengan Publik <i>Marketing Public Relations</i> (X)	56
4.2.2.4 <i>Attention</i> Minat Menonton Film Petaka Gunung Gede (Y)	58
4.2.2.5 <i>Interest</i> (Y)	60
4.2.2.6 <i>Desire</i> (Y).....	61
4.2.2.7 <i>Action</i> (Y)	63
4.2.3 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	65
4.2.4 Uji Korelasi Pearson Product Moment	66
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis	68
4.3 Pembahasan	69
BAB V	74
KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Saran Akademis.....	75
5.2.2 Saran Praktis.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik dinamika industri perfilman Indonesia (Badan Perfilman Indonesia, 2017-2024).....	1
Gambar 1. 2 Akun YouTube @PrasodjoMuhammad podcast “Gn. Gede”.....	2
Gambar 1.3 Podcast promosi rilisan film Petaka Gunung Gede (@PrasodjoMuhammad, 2024).....	14
Gambar 4. 1 Presentase Jenis Kelamin Responden.....	50
Gambar 4. 2 Presentase Usia Responden	50
Gambar 4. 3 Presentase Percaya Informasi Tentang Film Petaka Gunung Gede .	51
Gambar 4. 4 Presentase Informasi Tentang Film Petaka Gunung Gede Disampaikan Secara Jujur dan Faktual	52
Gambar 4. 5 Presentase Saya Tidak Merasa Tertipu Atau Disesatkan Oleh Promosi Film Petaka Gunung Gede	52
Gambar 4. 6 Presentase Saya sering melihat konten promosi film petaka gunung gede di media sosial	55
Gambar 4. 7 Presentase Konten promosi film Petaka Gunung Gede yang saya lihat di media sosial menarik perhatian saya	55
Gambar 4. 8 Presentase Saya menemukan konten mengenai film petaka gunung gede di kanal media non-resmi (media review, komunitas, dsb)	56
Gambar 4. 9 Presentase Saya mengetahui film petaka gunung gede melalui rekomendasi atau kolaborasi dengan konten kreator/influencer.....	57
Gambar 4. 10 Persentase Review dari seorang influencer atau konten kreator membuat saya lebih berminat untuk menonton film petaka gunung gede	57
Gambar 4. 11 Persentase Cerita yang ditampilkan dalam promosi film petaka gunung gede tampak otentik karena berdasarkan kisah nyata	53
Gambar 4. 12 Persentase Saya merasa terhubung secara emosional dengan kisah yang diangkat dalam promosi film petaka gunung gede.....	53
Gambar 4. 14 Persentase Tema yang diangkat dalam film petaka gunung gede membuat saya tertarik untuk mengetahuinya lebih jauh.....	59

Gambar 4. 15 Persentase Banyaknya ulasan atau komentar tentang film petaka gunung gede membuat saya penasaran	59
Gambar 4. 16 Persentase Alur cerita dari film Petaka Gunung Gede membuat saya tertarik untuk menonton	60
Gambar 4. 17 Persentase Adanya hubungan emosional dari film Petaka Gunung Gede dengan ketertarikan saya terhadap genre horor atau drama persahabatan.....	61
Gambar 4. 18 Persentase Menonton film Petaka Gunung Gede di bioskop adalah pengalaman yang menyenangkan bagi saya	61
Gambar 4. 19 Persentase Saya ingin menonton film Petaka Gunung Gede setelah melihat review	62
Gambar 4. 20 Persentase Saya berencana mengajak orang lain untuk menonton film Petaka Gunung Gede.....	62
Gambar 4. 21 Persentase Saya membeli tiket film Petaka Gunung Gede secara online/offline Responden.....	63
Gambar 4. 22 Persentase Saya bersedia meluangkan waktu dan biaya untuk menonton film Petaka Gunung Gede di bioskop Responden.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Operasional Konsep	35
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel (X)	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel (Y).....	40
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X).....	41
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y)	42
Tabel 3. 6 Tingkatan Hubungan Korelasi	45
Tabel 4. 1 Mean Skor Variabel (X).....	58
Tabel 4. 2 Mean Skor Variabel (Y).....	64
Tabel 4. 3 Hasil Uji Regresi.....	65
Tabel 4. 4 Hasil Uji Korelasi.....	66
Tabel 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Hipotesis.....	68

