



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT HAFELE
INDOTAMA DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS PADA CUSTOMER MELALUI EVENT
INDOBUILDTech EXPO 2013**

(Studi Kasus pada Event Hafele Jakarta IndoBuildTech Expo 2013)

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**


Disusun oleh :

RIZKY AMELIA

44208010039

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2013



*"When a young man meets a girl and tells her what a great guy he is, that's publicity.
When he tells her how stunning she looks, that's advertising.
But when the girl decides to date him because she heard from others what a great guy he is, that's public relations."*

-Alwin Münchmeyer-

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dedicated for mama papa



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT.
HAFELE INDOTAMA DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS KEPADA CUSTOMER
MELALUI EVENT INDOBUILDTECH EXPO 2013**

Nama : Rizky Amelia

NIM : 44208010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 14 Juli 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(A. Rahman H.L., M,Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT.
HAFELE INDOTAMA DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS KEPADA CUSTOMER
MELALUI EVENT INDOBUILDTECH EXPO 2013

Nama : Rizky Amelia

NIM : 44208010039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 13 September 2013

1. Ketua Sidang

Juwono Tri Atmojo S.Sos., M.Si.,

(.....)

2. Penguji Ahli

Irmulan Sati Tomohardjo SH, M.Si.,

(.....)

3. Pembimbing

A. Rachman, H.I., M.Si.,

(.....)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT.
HAFELE INDOTAMA DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS KEPADA CUSTOMER
MELALUI EVENT INDOBUILDTECH EXPO 2013**

Nama : Rizky Amelia
NIM : 44208010039
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 13 September 2013

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(A. Rahman H.I., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Agustina Zubair, M.Si.,)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati SE, MM.,)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'amin..

Puji syukur kehadirat Ilahi Rabbi Allah SWT dan kepada Rasulullah Muhammad SAW atas kasih sayang dan karunia-Nya yang tak lekang oleh waktu, sehingga berkah, kemudahan, dan rahmat selalu tercurah kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Segala kendala dan tantangan baik itu dari dalam diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar harus peneliti hadapi selama proses pengerjaan skripsi ini. Namun atas penyertaan-Nya yang berlimpah, membuat peneliti mampu melewati tantangan tersebut dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Public Relations PT Hafele Indotama dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada *Customer* melalui *Event* Jakarta IndoBuildTech Expo 2013.” Karya tulis skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi, Bidang Studi Public Relations.

Tidak ada karya tulis yang bisa lahir dari lingkungan yang statis. Lingkungan di sekitar peneliti adalah kumpulan orang-orang yang, dengan banyak cara, membantu peneliti dalam mewujudkan skripsi ini. Untuk itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak A. Rahman H.I., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah menyisihkan waktu yang cukup panjang, memberikan pengarahan,

memberikan motivasi, membagi ilmu, dan selalu sabar menghadapi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ibu Agustina Zubair, M.Si., selaku dekan fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM., selaku ketua program studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Juwono Tri Atmojo S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik dari semester awal hingga akhir.
5. Seluruh jajaran Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya jurusan Public Relations, terima kasih atas semua ilmu yang bapak dan ibu berikan
6. Kepada kedua orang tuaku, Papa dan Mama, Ade Koswara dan Sugiarti Koswara. Tak seorang pun pernah memberiku kasih sayang dan dukungan tanpa syarat sebesar yang kalian berikan kepadaku. *“Always remember me like your child girl, love you forever”*-
7. Teza Seno Wijaya, yang dengan setia mengantar, menjemput, menjaga dan membuatkanku makanan siang dan malam saat menulis selama 30 hari. *“You are my Superman”*-
8. Sahabat-sahabatku tersayang, Sheila, Rini, Ageng, David, Andre, Isnin, Okky, dan Imam. Terimakasih atas kesetiaan dalam suka duka serta terimakasih atas dukungan yang tak terbatas selama ini dan terimakasih telah menjadi inspirasi bagi peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini. *“Best thing that ever happened to me”*-

9. Semua teman-teman PR angkatan 2008 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang juga sama-sama berjuang demi kelulusan dan mendapatkan gelar strata satu.
10. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Mas Mawi yang selalu bersedia membantu peneliti menjalani prosedur akademik.
11. Bapak Joko Sucipto selaku Manager Marketing Communication PT Hafele Indotama yang telah banyak memberikan saran serta masukan dan kesempatan untuk meneliti dan mengaplikasikan ilmu yang telah peneliti dapat di bangku kuliah pada perusahaan tersebut.
12. Seluruh *staff* PT Hafele Indotama yang telah banyak membantu khususnya dalam mendapatkan data dan perizinan untuk penelitian serta wawancara.
13. Perpustakaan Universitas Mercu Buana atas bantuannya dalam mempermudah mencari referensi bagi peneliti.
14. Untuk semuanya yang kucintai dan tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa kalian.

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya teman-teman mahasiswa/i Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 14 Juli 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi.....	14
2.1.1. Definisi Komunikasi	15
2.1.2. Proses Komunikasi.....	16
2.2. Public Relations	20
2.2.1. Definisi Public Relations.....	20
2.2.2. Peran dan Fungsi PR dalam Perusahaan	24
2.2.3. Kegiatan Public Relations	26
2.3. Marketing Public Relations	28
2.3.1 Definisi Marketing Public Relations	29

2.3.2. Peran Marketing Public Relations	30
2.3.3. Strategi Marketing Public Relations	34
2.3.4. Faktor Penyebab Pentingnya Strategi MPR	41
2.4. Customer sebagai Publik Perusahaan	43
2.5. Brand Awareness	47
2.6. Event	53
2.6.1. Definisi, Tujuan & Fungsi Event	53
2.6.2. Event Pameran	58
2.6.3. Perencanaan dan Pelaksanaan.....	61

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	69
3.2. Metode Penelitian	71
3.3. Subjek Penelitian	73
3.4. Definisi Konsep	75
3.4.1. Strategi Public Relations	75
3.4.2. Brand Awareness	75
3.4.3. Customer atau Pelanggan	76
3.4.4. Event	77
3.5. Fokus Penelitian.....	78
3.6. Teknik Pengumpulan Data	80
3.7. Teknik Analisis Data.....	81
3.8. Teknik Keabsahan Data	83

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.1.1. Struktur Divisi Public & Marcomm Hafele.....	87

4.1.2. Logo Perusahaan.....	88
4.1.3. Event Indobuildtech Expo 2013	89
4.2. Hasil Penelitian.....	89
4.2.1. Identifikasi Public Relations Hafele	93
4.2.1.1. Defining the Problem (or Opportunity).....	97
4.2.1.2. Planning.....	101
4.2.1.3. Actuating	104
4.2.1.4. Evaluating	108
4.3. Pembahasan	113
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	117
5.2. Saran.....	120
5.2.1. Saran Akademis	120
5.2.2. Saran Praktis	121
DAFTAR PUSTAKA	122
 LAMPIRAN – LAMPIRAN	

- Draft Wawancara
- CV Peneliti