



**AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
SOSIALISASI KARTU TELEPON SELULAR DI PAPUA NEW
GUINEA**

(Studi Kasus PT Green Communications Ltd periode Juli 2007- Agustus 2008)

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

NAMA : MARIA E FEBRIYANI RARANTA

N I M : 44206110012

JURUSAN : Hubungan Masyarakat

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2010**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

PERSETUJUAN SKRIPSI :

Judul : **AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
SOSIALISASI KARTU TELEPON SELULAR DI PAPUA NEW
GUINEA**

Nama : MARIA EKA FEBRIYANI RARANTA

NIM : 44206110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Hubungan Masyarakat

Mengetahui :
Pembimbing,
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

(Siti Dewi Sri Ratna Sari.S.S., M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI :

Judul : **AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
SOSIALISASI KARTU TELEPON SELULAR DI PAPUA NEW
GUINEA**

Nama : MARIA EKA FEBRIYANI RARANTA

NIM : 44206110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Hubungan Masyarakat (Humas)

Jakarta, 12 Maret 2010

Ketua Sidang

Nama : Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.Si ()

Penguji Ahli

Nama : Juwono Tri Atmodjo, S.Sos. M.Si ()

Pembimbing

Nama : Siti Dewi Sri Ratna Sari S.S., M.Si ()



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI :

Judul : **AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
SOSIALISASI KARTU TELEPON SELULAR DI PAPUA
NEW GUINEA**

Nama : Maria Eka Febriyani Raranta

NIM : 44206110012

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Hubungan Masyarakat

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Siti Dewi Sri Ratna Sari S.S., M.Si)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

(Irmulan Sati T, SH., M.Si)

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG PUBLIC RELATIONS**

MARIA EKA FEBRIYANI RARANTA
AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM SOSIALISASI
KARTU TELEPON SELULAR DI PAPUA NEW GUINEA
xiii + 83 halaman : 22 lampiran : 30 Bibliografi (1984 – 2007)

ABSTRAKSI

Sebagai perusahaan yang baru, PT Greencom tentunya memiliki kewajiban untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan khalayaknya. Marketing Public Relations penting sekali sebagai pengembangan sinergi dan fungsi perpaduan antara pemasaran dan Public Relations, cukup efektif dalam membangun *brand awareness* dan *brand knowledge*. Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas Marketing Public Relations PT Greencom dalam sosialisasi kartu telepon selular di Papua New Guinea khususnya pameran, konferensi pers dan *special event*.

Konsep-konsep digunakan dalam penelitian ini mengacu pada komunikasi, *Public Relations* dan *Marketing Public Relations*. Dalam memasarkan produk kartu telepon selular Greencom yang dihasilkan, serta konsep strategi MPR yang dikemukakan oleh Thomas L Harris yakni mendefinisikan masalah, perencanaan program, aksi dan komunikasi serta evaluasi program.

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang memberikan gambaran dari suatu gejala atau fenomena dari suatu gejala social tertentu secara sistematis, factual dan cermat. Metode pengumpulan data dilakukan dengan *indepth interview* terhadap 3 orang *key informan*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas Marketing Public Relations PT Greencom dapat diketahui dalam menjalankan tugasnya, untuk mensukseskan program kegiatan MPR yang efektif berperan untuk membentuk suatu reputasi produk.

Penulis memberi masukan kepada PT Greencom dalam melaksanakan aktivitas MPR pameran : lebih memberikan souvenir beragam seperti softcase laptop, casing handphone, handuk untuk mendukung event olahraga dan lain-lain, konferensipers : memperbaiki atau menjalin hubungan dengan wartawan khususnya yang berhubungan dengan pemerintahan lama, special event : tidak hanya dilakukan di radio-radio dan televise karena frekuensi di Papua New Guinea yang belum menjangkau luas dan sering terputus seperti mal-mal, serta mencoba bidang olahraga lain selain rugby yaitu basket yang cukup diminati.

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan berkat dan karunianya kepada penulis berupa kesehatan, pengetahuan dan petunjuk. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyajikan skripsi yang berjudul : “Aktivitas Marketing Public Relations Dalam Sosialisasi Kartu Telepon Selular Di Papua New Guinea” masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangannya baik mengenai isi maupun penyajiannya. Kekurangan ini semata-mata dikarenakan keterbatasan ilmu pengetahuan, pengalaman maupun kemampuan yang penulis miliki, meskipun ada kekurangan dalam skripsi ini mudah-mudahan para pembaca dapat mengambil manfaatnya dari skripsi ini.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas karena adanya bantuan dan dorongan dari semua pihak, baik yang langsung maupun yang tidak langsung. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak tersebut yaitu :

1. Dosen Pembimbing, Ibu Siti Dewi Sri Ratna Sari. S.S.,M.Si yang telah memberikan waktu, petunjuk, saran-saran dan motivator untuk saya, hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Ketua Jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana, Ibu Irmulan Sati T, SH., M.Si.
3. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Ibu Dra.Diah Wardhani, M.si

4. Kepada Pimpinan dan seluruh karyawan PT. Green Communications Ltd yang telah memberikan sumbangsuhnya dalam menjawab semua pertanyaan yang saya ajukan.
5. Untuk Papa ku di surga "ebingkennenpa", doaku selalu menyertaimu dan Mama Tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan moril maupun materil yang tidak dapat terhitung nilainya.
6. Kakak-kakakku dan ponakan-ponakan yang "bandel-bandel" tapi lucu-lucu, suka buat tante kesel tapi seneng, yang selalu memberikan motivasi dan bantuan kalian hingga selesainya skripsi ini.
7. Untuk suamiku tercinta terimakasih untuk cinta dan kasih nya padaku, terimakasih untuk kesabaran dan "unconditionallove"nya. I LOVE U BABE
8. Untuk teman-teman tercinta dan terbaikku sekaligus juga sahabat-sahabatku saat kuliah di Mercubuana, Tietie dan Yance, akhirnya aku sidang juga. Untuk Asti, ayo ti kita berjuang !!!
9. Seluruh teman-teman tercinta Artis Menteng Fikom angkatan IX tahun 2006 jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberi berkat dan karunia kepada semua pihak yang membantu penulisan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, walaupun penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Akhir kata penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis sendiri pada khususnya

Jakarta, 12 Maret 2010

Maria EkaFebriyaniRaranta

DAFTAR ISI

Uraian	halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Signifikasi Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2 Konsep Pemasaran	12

2.1.3	Bauran Pemasaran	13
2.1.4	Bauran Komunikasi Pemasaran	14
2.2	Public Relations	16
2.2.1	Fungsi, Tugas dan Peranan Public Relations	19
2.2.2	Aktivitas Public Relations	23
2.3	Marketing Public Relations	24
2.3.1	Aktivitas Marketing Public Relations	27
2.3.2	Strategi Marketing Public Relations	36
2.4	Sosialisasi	38
BAB III	METODELOGI PENELITIAN	40
3.1	Tipe Penelitian	40
3.2	Metode Penelitian	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data	42
3.4	Nara Sumber	43
3.5	Tehnik Analisa Data	44
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	45
3.7	Definisi Konsep	47
3.8	Fokus Penelitian	47
BAB IV	HASIL PENELITIAN	52
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1	Teknologi Kartu Telepon Selular	52
4.1.2	Sejarah Greencom	55
4.1.3	Philosophy	59
4.2	Struktur Organisasi PT Greencom	60

4.3 Hasil Penelitian	61
4.3.1. Marketing Public Relations PT Greencom	61
4.3.2. Aktivitas Marketing Public Relations PT Greencom	66
4.4 Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	104
DRAFT WAWANCARA	



DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrachman, Oemi. **Dasar-dasar Public Relations**. Bandung : PT Citra AdityaBakti.
- Anggoro, M Linggar. 2002. **Teori dan Profesi kehumasan serta aplikasinya di Indonesia**. Jakarta : BumiAksara.
- Ardianto, Elvinaro. 2003. **Public Relations Suatu Pendekatan Praktis**. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Cangara, Hafied. 2002. **Pengantar Ilmu Komunikasi**. Jakarta : Raya Grafindo Persada.
- Cutlip Scott M; Center Allen H and Broom, Glen M. 2000. **Effective Public Relations**. New Jersey : Prentice Hall Inc.
- Country Report in Papua New Guinea. 2006. **UNITED NATIONS ECONOMIC AND SOCIAL COMMISSION FOR ASIA AND THE PACIFIC (ESCAP), ASIA-PACIFIC DEVELOPMENT INFORMATION PROGRAMME (UNDP / APDIP) INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION (ITU), PACIFIC ISLAND FORUM SECRETARIAT (PIFS)**, Suva Fiji : Sub-regional Conference on ICT for Development in Pacific Island Developing Countries.
- Divine Word University 15th April 2008. **Papua New Guinea Update** : SVD Auditorium
- Djaja, HR Danan. 1985. **Peranan Hubungan Masyarakat dalam Perusahaan**. Jakarta : Alumni.
- Effendy, Uchana, Onong. 1995. **Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek**. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Fill, Chriss. 1999. **Marketing Communications, Contex, Content and Strategis**. Prentice Hall.
- Green, Peter Sheldon. 1994. Winning PT Tactics, **Effective Techniques to boost your sales**. London : Pittman Publishing.

Gregory, Anne. 2001. **Kampanye Public Relations, Perencanaan dan Manajemen**. Jakarta :Erlangga.

Haywood, Clarke L. 1995. **The Handbook of Strategic Public Relations**. Prentice Hall.

Harris, Thomas L. 1993. **The Marketer's Guide to Public Relations**. Canada : John Wiley & Sons Inc.

Jeffkins, Frank. 2004 **Public Relations**.Edisi Kelima. Jakarta :Erlangga.

Kasali, Rheinald. **Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia**. Jakarta :Pustaka Utama Grafiti.

Kotler, Phillip, and Armstrong, Gary. 1999. **Principles of Marketing**, New Jersey : Prentice Hall Inc.

Kotler, Phillip. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2. Jakarta : Prentice Hall.

Koentjaraningrat, 1981.**Metode Penelitian Masyarakat**. Jakarta : LP3ES.

Muhammad, Arni 2001. **Komunikasi Organisasi**. Jakarta : BumiAksara.

OSF, Sr Maria Assumpta Rumanti. 2002. **Dasar-dasar PR, Teori dan Praktek**. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Parkinson, C.N. 1988. **Pemasaran Untuk Semua Orang**. Terjemahan Joanes Irfan dan Stefan Suparma. Jakarta : Galaksi.

Pickton, David and Broderick Amanda. 2001. **Integrated Marketing Communications**. London : Financial Time Prentice Hall.

Rachmadi, F. 1994.**Public Relations dalam Teori dan Praktek**. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Rachmadi, F. 1996 **Public Relations dalam teori dan aplikasi dalam badan usaha swasta dan lembaga pemerintahan**. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Rush, Michael and Althoff, Phillip. 1993. **Sosiologi Politik**, Jakarta : Rajawali Pers.

Robins, Stephen 1984. **Management Concept and Practice. Engelwood Cliffs**, New Jersey : Prentice Hall Inc

Sutisna. 1998. **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**. Cetakan kedua bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Stanton, William J . 1993. **Prinsip Pemasaran, University of Colorado**. Jilid 2. Jakarta : Erlangga.

Wilcox, Dennis L (et al). 2002. **Public Relations :Strategi dan Taktik**, Jilid 1 Jakarta Interaksara.

