



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS ANTAVAYA GROUP
JAKARTA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI
SPECIAL EVENT MEGA TRAVEL FAIR 2016**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

YUSUP UMAR SIDIK

44212110176

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Judul Skripsi : **Strategi *Marketing Public Relations*
Antavaya Group Jakarta Dalam
Membangun *Brand Awareness*
Melalui *Special Event Mega Travel Fair 2016***

Nama : Yusup Umar Sidik
Nim : 44212110176
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS Jakarta, 18 Februari 2017
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing



(Gufroni Sakaril, MM)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

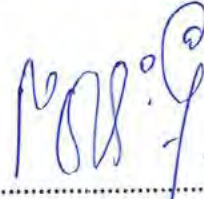
Judul Skripsi : **Strategi *Marketing Public Relations*
Antavaya Group Jakarta Dalam
Membangun *Brand Awareness*
Melalui *Special Event Mega Travel Fair 2016***

Nama : Yusup Umar Sidik
Nim : 44212110176
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Februari 2017

Ketua Sidang,
Novi Erlita, S.sos, MA



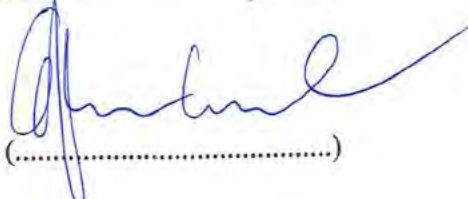
(.....)

Penguji Ahli,
Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom



(.....)

Pembimbing I
Gufroni Sakaril, MM



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Strategi *Marketing Public Relations***
Antavaya Group Jakarta Dalam
Membangun *Brand Awareness*
Melalui *Special Event Mega Travel Fair 2016*

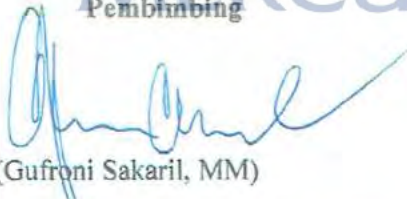
Nama : Yusup Umar Sidik
Nim : 44212110176
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 22 Februari 2017

Disetujui dan diterima oleh


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing



(Gufroni Sakaril, MM)

Ketua Bidang Studi Public Relations



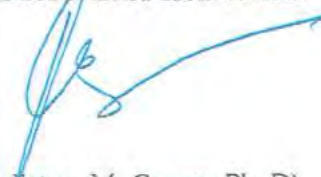
(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M. Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M. Comm, Ph. D)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah dan kesehatan yang telah diberikan, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan Judul **“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS ANTAVAYA GROUP JAKARTA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI SPECIAL EVENT MEGA TRAVEL FAIR 2016”**

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations di Universitas Mercu Buana.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini banyak pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungannya, baik dukungan moril maupun materil oleh karena itu penulis ingin memberikan apresiasi dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Gufroni Sakaril, MM. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan kepada saya
2. Elly Yuliawati M.Si selaku Kepala Bidang Studi Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Ponco Budi Sulistyio, M,Comm, Ph. D, selaku Ketua Program Studi Universitas Mercu Buana Jakarta

4. Teman-teman Mahasiswa Reguler 2 Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations angkatan 22 yang selalu mendukung keberhasilan penyelesaian skripsi ini.
5. Kedua Orang Tua saya Bapak Rohmad dan Ibu Suginem serta Kakak Sugino dan Adik Mega Ayu atas dukungan doa, perhatian dan cinta yang luar biasa.
6. Eunike Elizabeth, dan teman – teman staff yang telah meluangkan waktunya untuk berbagi pengalaman terkait dengan penelitian di Antavaya Group Jakarta.

Akhir kata, Penulis mengharapkan sumbangan kritik dan saran pembaca karena skripsi yang Penulis buat ini sempurna dengan segala kekurangannya.



Jakarta, 18 Febuari 2017

Penulis,

Yusup Umar Sidik

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Identifikasi Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Komunikasi	14
2.2. <i>Public Relations</i>	18
2.2.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	18
2.2.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	20
2.2.3. Peran <i>Public Relations</i>	22
2.2.4. Strategi <i>Public Relations</i>	23
2.3. Marketing Public Relations.....	26
2.3.1 Pengertian Marketing Public Relations.....	26
2.3.2 Peranan Marketing Public Relations	30
2.3.3 Kegiatan Marketing Public Relations	36
2.3.4 Strategi Marketing Public Relations	38
2.4. <i>Positioning</i>	44

2.5	Pengertian Brand	51
2.5.1	Fungsi Merek (Brand)	30
2.6.	<i>Brand Awareness</i>	27
2.6.1	Brand Activation	59
2.7	Event	63
2.7.1	Special Event	65
BAB III	METODE PENELITIAN	66
3.1.	Paradigma Penelitian	66
3.2.	Tipe Penelitian	67
3.3.	Metode Penelitian	68
3.4.	Subyek Penelitian	69
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	70
3.5.1.	Data Primer	70
3.5.2.	Data Sekunder	71
3.6.	Teknik Analisis Data	72
3.7.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	72
BAB IV	HASIL PENELITIAN	74
4.1.	Gambaran Obyek Penelitian	74
4.1.1.	Antavaya Group	74
4.1.2.	Simbol atau Identitas Antavaya Group	75
4.1.3.	Visi, Misi dan Tujuan Antavaya Group	75
4.1.4.	Struktur Organisasi Antavaya Group	77
4.1.5	Bidang Usaha	87
4.1.6	Alamat Kantor Pusat	79
4.2	Hasil Penelitian	81
4.2.1	Marketing Public Relations Antavaya Group	81
4.2.2	Analisis Masalah	83
4.2.3	Aksi dan Program Komunikasi	91
4.2.4	Evaluasi	96

4.3 Pembahasan.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN PENUTUP.....	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.2 Saran.....	116
5.2.1 Saran Akademis.....	116
5.2.2 Saran Praktis.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	118
LAMPIRAN	

