



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP
CITRA NONA NONI MELALUI PROGRAM DAHSYAT RCTI
(Survey pada Masyarakat Meruya Selatan Jakarta Barat)**

SKRIPSI

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

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

NONA ARNIMAS RIZKYTA

44210120003

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS TERHADAP CITRA NONA
NONI MELALUI PROGRAM DAHSYAT RCTI
(Survey pada Masyarakat Meruya Selatan
Jakarta Barat)**

Nama Mahasiswa : Nona Arnimas Rizkyta

NIM : 44210120003

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 07 Januari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. (c) A. Rahman, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKIRPSI

Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS TERHADAP CITRA NONA
NONI MELALUI PROGRAM DAHSYAT RCTI
(Survey pada Masyarakat Meruya Selatan
Jakarta Barat)

Nama Mahasiswa : Nona Arnimas Rizkyta

NIM : 44210120003

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 07 Januari 2017

Ketua Sidang,
Ponco Budi Sulisty, M.Comn., Ph.D

(.....)

Penguji Ahli,
Enjang Pera Irawan, M.Ikom

(.....)

Pembimbing I
Dr. (c) A. Rahman, M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI MARKETING PUBLIC
RELATIONS TERHADAP CITRA NONA
NONI MELALUI PROGRAM DAHSYAT RCTI
(Survey pada Masyarakat Meruya Selatan
Jakarta Barat)**

Nama Mahasiswa : Nona Arnimas Rizkyta

NIM : 44210120003

Bidang Studi : Public Relations

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 07 Januari 2017

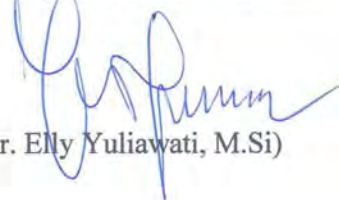
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Dr. (c) A. Rahman, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations



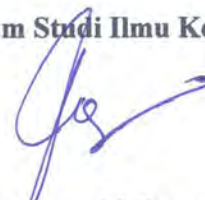
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah Yang Maha Kuasa atas berkat dan karunia-Nya peneliti dapat mengerjakan skripsi yang berjudul **“Strategi Marketing Public Relations terhadap Citra Nona Noni (Survey pada Masyarakat Meruya Selatan Jakarta Barat)”** ini. Penulisan proposal skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Akhir Semester (UAS).

Peneliti sadar jika tidak adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Maka pantas jika peneliti menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang turut membantu dalam proses penyusunan proposal ini dari awal hingga akhir. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada :

1. Bapak Drs. Abdul Rahman, MIM selaku dosen Pembimbing, merelakan waktu untuk membimbing secara penuh dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Juwono Tri Atmodjo, M.Si selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Public Relations yang memberi kesempatan kepada penulis untuk meneliti dan mengeksplorasi penelitian ini.
3. Mama Titin Dahlia Tiningsih dan Papa Simon Mulya Basuki tersayang yang tak pernah lelah untuk mendoakan dan motivasi agar peneliti tidak pernah kehilangan semangat untuk menyelesaikan strata satu, juga kakak Aldomas Pratama. Juga untuk keluarga besar Teratai 27, Mama Lilik, Papa Nono, Ayu Rona Revinata dan Putri Rosa Restiviana, Terima kasih untuk semua dukungan, bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada peneliti.
4. Untuk teman PR seangkatan Rena, Lina, Erie, Caca, Citra, Heri, Imron, Yodi, Terima kasih atas kebaikan, keceriaan, dan kebersamaannya selama masa perkuliahan.
5. Terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu peneliti hingga proses akhir penulisan proposal skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan segala keterbatasan baik dalam pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimiliki. Dengan segala kerendahan hati peneliti menerima kritik dan saran demi kesempurnaan proposal ini. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca.



Jakarta, 01 Januari 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Permasalahan	10
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Komunikasi	11
2.2. Efek Komunikasi	12
2.3 Public Relations	13
2.4. Marketing Public Relations	18
2.5. Personal Branding	23
2.5.1 Tiga Elemen Personal Branding	25
2.5.2. Delapan Asas Personal Branding	26
2.6. Citra	32
2.7. Teori S – O – R (Stimulus-Organism-Respon)	35
2.8. Impression Management (Pengelolaan Kesan)	38
2.9. Penelitian Terdahulu	37
2.10. Kerangka Pemikiran	38
2.11. Hipotesis	38

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	39
3.1	Paradigma Penelitian	39
3.2	Tipe Penelitian	39
3.3	Metode Penelitian	40
3.4	Populasi Dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Sampel	41
3.4.2.1	Teknik Penarikan Sampel	42
3.5	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	42
3.5.1.	Definisi Konsep.....	42
3.5.1.1	Aktivitas Marketing Public Relations.....	43
3.5.1.2	Citra Nona Noni	44
3.5.2	Operasionalisasi Konsep	44
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6.1	Data Primer	49
3.6.2	Data Sekunder.....	49
3.6.3	Validitas dan Reabilitas	49
3.6.3.1	Validitas	49
3.6.3.2	Realibilitas	50
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.7.1.	Statistik Deskriptif	51
3.7.2.	Uji Korelasi	51
3.7.3.	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	52
3.7.4.	Regresi	53
3.7.5.	Uji Hipotesis	54
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1.	Sekilas tentang Nona Noni dan Nagaswara	55
4.1.1.	Nona Noni	55
4.1.2.	Nagaswara	57
4.2.	Uji Validitas & Relibilitas	62
4.2.1.	Uji Validitas	62

4.2.2. Uji Reliabilitas	64
4.3. Uji Normalitas	65
4.4. Statistik Deskriptif	66
4.4.1. Karakteristik Responden	66
4.4.2. Statistik Deskriptif Variabel Marketing Public Relations	70
4.4.3. Statistik Deskriptif Variabel Citra NN	73
4.5. Uji Regresi	78
4.6. Koefisien Determinasi	78
4.7. Uji Hipotesa	79
4.8. Uji Korelasi	80
4.9. Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	85
Daftar Pustaka	86
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Konsep	45
Tabel 3.2.	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	52
Tabel 4.1.	Hasil Uji Validitas variabel X	62
Tabel 4.2.	Hasil Uji Validitas variabel Y	63
Tabel 4.3.	Uji reliabilitas variabel X dan Y	64
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden	66
Tabel 4.5.	Statistik Deskriptif Variabel Marketing Public Relations	70
Tabel 4.6.	statistik deskriptif variabel Citra Nona Noni	73
Tabel 4.7.	Tabel nilai mean untuk seluruh indikator	76
Tabel 4.8.	variabel yang dikalkulasi	78
Tabel 4.9.	Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.10.	Koefisien Regresi	79
Tabel 4.11.	Anova	79
Tabel 4.12.	Uji Korelasi	80

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Media Informasi Masyarakat Perkotaan berdasarkan tingkat penggunaan	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1.	Single Cover Nona Noni “Gagal Mendua”	55
Gambar 4.2.	Nona Noni di acara Dahsyat RCTI 16 november 2013	56
Gambar 4.3.	Nona Noni membawakan single Gagal Mendua di acara Dahsyat 27 September 2013	56
Gambar 4.4.	hasil uji normalitas	65
Gambar 4.5.	grafik Jenis Kelamin Responden	67
Gambar 4.6.	grafik Usia Responden	67
Gambar 4.7.	grafik Pendidikan Responden	68
Gambar 4.8.	grafik pendapatan Responden	68
Gambar 4.9.	grafik Responden berdasarkan penggemar dangdut	69
Gambar 4.10	grafik Responden berdasarkan mengetahui/ mengenal Nona Noni	69

UNIVERSITAS
MERCU BUANA