



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
JURUSAN PUBLIC RELATIONS**

Nama : Nona Arnimas Rizkyta
NIM : 44210120003
Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP
CITRA NONA NONI MELALUI PROGRAM DAHSYAT RCTI
(Survey pada Masyarakat Meruya Selatan Jakarta Barat)

Bibliografi : i-v halaman + 85 halaman isi + 30 halaman Lampiran + 42 buku
(tahun 2004 – 2016) + 4 artikel internet + 1 Lain – lain

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari aktivitas yang dilakukan Marketing Public Relations terhadap pembentukan citra pada artis Nona Noni dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif atau metode positivistik.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif survey. Populasi adalah masyarakat di Kelurahan Meruya Selatan, wilayah RW. 02 sejumlah 1.562 orang. Sampel dihitung dengan menggunakan rumus Taro Yamane dengan nilai presisi 10% sejumlah 94 orang.

Teori utama yang peneliti gunakan dalam Operasionalisasi konsep pada penelitian ini adalah teori Strategi Marketing Public Relations yang meliputi Push strategy, pull strategy dan pass strategy dari Kotler dan Keller yang dikutip dari bukunya Ruslan Rosady.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Marketing Public Relations* yang dilakukan melalui acara Dahsyat di RCTI dan citra Nona Noni dianggap tinggi oleh responden. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel *Marketing Public Relations* untuk mempengaruhi Citra Nona Noni adalah sebesar 72,7 persen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Uji korelasi menunjukkan adanya korelasi atau hubungan yang Sangat Kuat antara kedua variabel. Sementara uji hipotesa menunjukkan bahwa hipotesa penelitian diterima yaitu *Marketing Public Relations* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada Citra Nona Noni.