



**KAMPANYE “SADARI PUBLIC RELATIONS PT
ROCHE INDONESIA” DALAM RANGKA
MEMBENTUK SIKAP MASYARAKAT PEDULI
KANKER PAYUDARA DI JABODETABEK**

(Studi Kasus Strategi Kampanye “SADARI Public Relations PT Roche
Indonesia” Dalam Rangka Membentuk Sikap Masyarakat Peduli Kanker Payudara
di Jabodetabek)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

MERCU BUANA

Di Susun Oleh :

Emilia Bahy Berybe

44212110161

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : KAMPANYE SADARI PUBLIC RELATIONS PT ROCHE
INDONESIA DALAM RANGKA MEMBENTUK SIKAP
MASYARAKAT PEDULI KANKER PAYUDARA

Nama : Emilia Bahy Berybe

NIM : 44212110161

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
Jakarta, 6 February 2017
MERCU BUANA
Mengetahui,

Pembimbing

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



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **Kampanye “SADARI” Public Relations PT Roche Indonesia” Dalam Rangka Membentuk Sikap Masyarakat Peduli Kanker Payudara di Jabodetabek.**

Nama : Emilia Bahy Berybe

NIM : 44212110161

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 3 Maret 2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati, MM, M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli,
Ida Anggraini, M.Si

(.....)

Pembimbing
Juwono Tri A, M.Si

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Kampanye “SADARI” Public Relations PT Roche Indonesia” Dalam Rangka Membentuk Sikap Masyarakat Peduli Kanker Payudara di Jabodetabek.**

Nama : Emilia Bahy Berybe

NIM : 44212110161

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 3 Maret 2017

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Realties

(Juwono Tri Atnodjo, S.SoS.,M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Agustina Zubair, M.Si)

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, oleh karena kasih-Nya, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul : **“Kampanye SADARI Public Relations PT Roche Indonesia Dalam Rangka Membentuk Sikap Masyarakat Peduli Kanker Payudara di Jabodetabek.”** Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan program Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna dan dalam penyusunannya tidak terlepas dari bimbingan, arahan dan bantuan dari seluruh pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Juwono Tri Atnodjo, S.SoS.,M.Si, selaku dosen pembimbing atas kesedian waktunya untuk memberikan arahan, pandangan, bimbingan dan semangat hingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ponco Budi Sulistyono, M.Comm.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dr. Elly Yuliaty, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana

5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang disampaikan selama perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Kedua orang tua, Bapak Yohanes Talu Berybe dan Mama Elizabeth Yuliana Leyn yang telah memberikan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

7. Ibu Atika Gadis Parengkuan, Ibu Jessca Vilda Horsan, Ibu Mala Ekayanti, Ibu Devy Tri Nurmala, Ibu Faridha Kurnia, sebagai nara sumber dari pihak internal, yang tidak hanya memberikan informasi seputar Kampanye SADARI tetapi juga mengajak penulis untuk terlibat langsung di berbagai macam kegiatan kampanye sehingga penulis bisa melihat dan praktek secara langsung sehingga mengetahui bagaimana proses pelaksanaan kampanye.

8. Dr Walta Said Gautama, SpB(K)Onk selaku Kepala Divisi Bedah Onkologi RS Kanker Dharmais atas kesediaan dan waktunya untuk mengajarkan penulis apa itu kanker payudara, gejala, pengobatan, faktor resiko, dan lainnya.

9. Ibu Madeline Mutia, selaku pendiri LovePink Indonesia atas kesediannya ditengah kesibukan untuk meluangkan waktu berbagai informasi kepada penulis tentang survivor kanker payudara, deteksi dini SADARI dan masih banyak lagi.

10. Seluruh *team communication departement* yang membantu penulis di dalam pengumpulan berita, foto kegiatan, artikel, *booklet*, poster, video *youtoube*, website, dan lainnya

11. Teman – teman yang selalu ada untuk penulis, terutama pada saat penulis memerlukan bantuan pada saat proses penyusunan skripsi ini.

12. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu di dalam penyusunan skripsi ini.

Kiranya Tuhan selalu memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan studi ini. Penulis berharap semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan juga pihak pihak lain yang memerlukan informasi terkait kanker payudara dan deteksi dini SADARI. Semoga dengan berbagi informasi kita dapat mengurangi angka kematian akibat kanker payudara.

Selamat membaca dan mari kita kalahkan kanker !

Jakarta, Februari 2017

Emilia Bahy Berybe

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoris/Akademis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.5.3 Manfaat Sosial.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi.....	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	11
2.1.2 Konsep Komunikasi	17
2.1.3 Fungsi Komunikasi	18
2.1.4 Tujuan Komunikasi	20
2.2 Komunikasi Massa.....	21
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	21

2.2.2 Ruang Lingkup.....	23
2.2.3 Ciri-Ciri Komunikasi Massa.....	24
2.2.4 Media Massa	27
2.3 Public Relations	28
2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	28
2.3.2 Fungsi dan Tujuan <i>Public Relations</i>	31
2.3.3 Khalayak <i>Public Relations</i>	32
2.4 Kampanye.....	34
2.4.1 Pengertian Kampanye.....	34
2.4.2 Model Komunikasi Dalam Kampanye	36
2.4.3 Tipe Kampanye <i>Public Relations</i>	40
2.4.4 Perencanaan Kampanye <i>Public Relations</i>	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	I T A S
3.1 Paradigma.....	53
3.2 Metode Penelitian	55
3.3 Subjek Penelitian	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1 Data Premier	61
3.4.2 Data Sekunder	63
3.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	66

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	68
4.1.1 Profil Perusahaan.....	68
4.1.2 Sejarah Perusahaan.....	71
4.1.3 Visi dan Misi.....	71
4.1.4 Logo Perusahaan.....	71
4.1.5 Slogan Perusahaan.....	72
4.2 Hasil Penelitian.....	73
4.3 Pembahasan.....	104

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN.....	110
5.2 SARAN.....	111

DAFTAR PUSTAKA.....	112
---------------------	-----

LAMPIRAN.....	114
---------------	-----