



**STRATEGI PUBLICITY DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
PERUSAHAAN JASA LOGISTIK (Studi Kasus Komunikasi Korporasi di PT.X)**

TESIS

Disusun Oleh :

YUSTIARTI

55210120067

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
FAKULTAS MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

2016



**STRATEGI PUBLICITY DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS
PERUSAHAAN JASA LOGISTIK (Studi Kasus Komunikasi Korporasi di PT.X)**

TESIS

Disusun Oleh :

YUSTIARTI

55210120067

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
FAKULTAS MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

2016

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Yustiarti
2. NIM : 55210120067
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Strategi Publicity dalam Meningkatkan Brand Awareness
Perusahaan Jasa Logistik (Studi Kasus Komunikasi Korporasi
di PT.X)

Jakarta, 26 Februari 2016

Pembimbing Utama



Dr. Nur Kholisoh, M.Si


LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Judul : Strategi Publicity dalam Meningkatkan Brand Awareness
Perusahaan Jasa Logistik (Studi Kasus Komunikasi Korporasi
di PT.X)
2. Nama : Yustiarti
3. NIM : 55210120067
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 26 Februari 2016

Jakarta, 26 Februari 2016


Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Henni Gusfa , M.Si




(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Achmad Jamil, M.Si



(.....)

3. Pembimbing I
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Strategi Publicity dalam Meningkatkan Brand Awareness
Perusahaan Jasa Logistik (Studi Kasus Komunikasi Korporasi
di PT.X)
2. Nama : Yustiarti
3. NIM : 55210120067
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 26 Februari 2016

Jakarta, 26 Februari 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Henni Gusfa , M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli
Dr. Achmad Jamil, M.Si



(.....)

3. Pembimbing I
Dr. Nur Kholisoh, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Publicity Dalam Meningkatkan Brand
Awareness Perusahaan Jasa Logistik (Studi Kasus
Komunikasi Korporasi Di PT.X)

Bentuk Tesis : Penelitian/kajian Masalah

Nama : Yustiarti

Nim : 55210120067

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 26 Februari 2016

Mengesahkan

Pembimbing Utama



Dr. Nur Kholisoh, M.Si.

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr Didik J Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Nur Kholisoh, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Publicity Dalam Meningkatkan Brand
Awareness Perusahaan Jasa Logistik (Studi Kasus
Komunikasi Korporasi Di PT.X)

Bentuk Tesis : Penelitian Kualitatif

Nama : Yustiarti

NIM : 55210120067

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 26 Februari 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang di tetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelas kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya

Jakarta, 26 Februari 2016



Yustiarti

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan segala puji dan syukur atas kehadiran ALLAH SWT , yang mana telah memberi banyak kesempatan kepada penulis juga rahmat dan hidayah –Nya serta anugerah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul Strategi Publicity dalam meningkatkan *Brand Awareness* perusahaan Jasa Logistik (Studi Kasus Komunikasi Korporasi di PT. X Strategi Publicity dalam meningkatkan *Brand Awareness* perusahaan Jasa Logistik (Studi Kasus Komunikasi Korporasi di PT. X).

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian prasyarat untuk memperoleh gelas Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Nurkholisoh selaku dosen pembimbing dan Ketua Program Studi Magister Komukasi yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga tesis ini dapat di selesaikan. Penulis juga berterima kasih kepada Ibu. Dr. Tuti selaku Penguji pada Seminar Proposal, Dr. Achmad Jamil, M.Si selaku Penguji ahli pada Ujian Tesis dan Ibu Dr. Henni Gusfa M.Si selaku Ketua sidang Tesis dan juga kepada Prof. Dr Didik J Rachbini selaku Direktur Program Pasca Sarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi. Tidak lupa harapan penulis semoga Tesis dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan dan memberikan sumbangsih dalam pengembangan pengetahuan di Indonesia. Akhir kata, penulis ingin mengucapkan terima kasih ata semua bimbingan dan dorongan dari semua pihak.

Jakarta, Februari 2016

Yustiarti



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

Abstract

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 8 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.3.1 Maksud Penelitian..... | 8 |
| 1.3.2 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 9 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

| | |
|---|----|
| 2.1 Kajian Pustaka | 11 |
| 2.2.1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.2 Strategi | 16 |
| 2.3 Komunikasi..... | 18 |
| 2.4 Public Relations..... | 20 |
| 2.4.1 Fungsi dan Tugas Public Relations..... | 21 |
| 2.5 Corporate Communication..... | 24 |
| 2.5.1 Corporate Communication dan Public Relations..... | 25 |
| 2.5.2 Tugas Utama Corporate Communication..... | 26 |
| 2.5.3 Alat Coporate Communication..... | 27 |
| 2.6 Publik Eksternal | 27 |
| 2.7 Publicity..... | 31 |
| 2.8 Media Relations..... | 38 |
| 2.8.1 Tujuan Media Relations..... | 38 |
| 2.8.2 Bentuk Media Relations..... | 40 |
| 2.8.3 Proses Media Relations..... | 41 |
| 2.8.4 Aktivitas Media Relations..... | 42 |
| 2.9 Brand Awareness..... | 48 |

| | |
|----------------|----|
| 2.10 Pers..... | 53 |
|----------------|----|

BAB III OBJEK PENELITIAN

| | |
|---|----|
| 3.1 Objek penelitian | 59 |
| 3.2 Paradigma penelitian..... | 59 |
| 3.3 Metode Penelitian..... | 59 |
| 3.4 Key Informan | 60 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 61 |
| 3.5.1 Data Primer | 61 |
| 3.5.2 Data Sekunder..... | 62 |
| 3.6 Teknik Analisis Keabsahan Data..... | 63 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 4.1 Sejarah Perusahaan..... | 64 |
| 4.2 Struktur Organisasi RPX..... | 71 |
| 4.3 Pembahasan..... | 76 |
| 4.3.1 Perencanaan Aktivitas Publisitas..... | 81 |
| 4.3.2 Pelaksanaan Aktivitas Publisitas..... | 82 |
| 4.3.3 Kontrol dan Evaluasi Aktivitas Publisitas..... | 97 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|-----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 112 |
| 5.2 Saran | 112 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN