



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM  
MENGEDUKASI PRODUK BAHAN BANGUNAN KEPADA  
PELANGGAN**

**(Studi Kasus : Studi Deskriptif Dalam Mengedukasi Produk Bahan  
Bangunan (PT. Sika Indonesia))**

**SKRIPSI**

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

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

**Manuputty Murphy Steward**

44213010082

**PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION DALAM MENGEDUKASI PRODUK BAHAN BANGUNAN KEPADA PELANGGAN (PT.SIKA INDONESIA)**

Nama : Manuputty Murphy Steward

NIM : 44213010082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 04 September 2020

Disetujui dan diterima oleh,

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

(Dr. Elly Yuliani, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

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

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Manuputty Murphy Steward  
NIM : 44213010082  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*  
Judul : **STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION DALAM  
MENGEDUKASI PRODUK BAHAN BANGUNAN  
KEPADA PELANGGAN (PT.SIKA INDONESIA)**

Jakarta, 04 September 2020

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

## LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Manuputty Murphy Steward

NIM: 44213010082

Konsentrasi: *Public relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION DALAM MENGEDUKASI PRODUK BAHAN BANGUNAN KEPADA PELANGGAN (PT.SIKA INDONESIA)** Adalah murni hasil karya yang telah

saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 04 September 2020

Yang membuat pernyataan,



(Manuputty Murphy S)

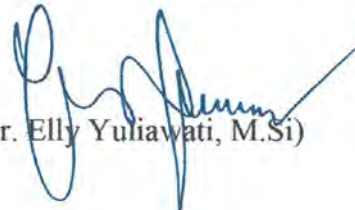
Mengetahui,

Pembimbing I



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Manuputty Murphy Steward  
44213010082

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM  
MENGEDUKASI PRODUK BAHAN BANGUNAN KEPADA  
PELANGGAN (Studi Kasus : Studi Deskriptif Dalam Mengedukasi Produk  
Bahan Bangunan PT.Sika Indonesia)**

Jumlah halaman : iv + 85 halaman + lampiran

**ABSTRAK**

Banyaknya saingan dari PT Sika Indonesia di pasar penjualan bahan bangunan dan juga mengetahui bahwa PT.Sika Indonesia ini sangat kurang populer dimata masyarakat. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui bagaimana strategi marketing public relation yang digunakan oleh PT.Sika Indonesia untuk bersaing di pasar penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mengedukasi produk kepada pelanggan PT.Sika Indonesia dan menjelaskan strategi MPR dalam mengedukasi produk kepada para pelanggan PT Sika Indonesia. Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat pada bidang komunikasi, dan juga menambah wawasan pengetahuan yang terkait dengan penelitian ini dan dapat memberikan masukan bagi PT. Sika Indonesia strategi marketing public relation yang di gunakan dalam mengedukasi produk bahan bangunan kepada pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif . Pengumpulan data dengan wawancara, studi dokumen dan kepustakaan. Data primer dikumpulkan dengan wawancara dan observasi. Sementara data sekunder didapatkan melalui kajian pustaka yaitu buku-buku, literatur serta situs-situs internet yang memiliki relevansi kuat dengan objek penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data diperoleh kesimpulan bahwa: Analisa penulis dari hasil wawancara di atas, dalam melakukan publikasi dan mengedukasi produk PT. Sika Indonesia memaksimalkan melalui media sosial berupa foto – foto yang di design menarik. Penulis juga menganalisa bahwa penggunaan media sosial sebagai tempat publikasi dan edukasi produk karena melihat kondisi masyarakat yang aktif di media sosial, sehingga memanfaatkan PT. Sika Indonesia untuk melakukan publikasi seperti Instagram, Facebook, dan Youtube.

**Kata Kunci : Strategi Marketing, Public Realation, Edukasi Produk, Publikasi**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana dengan judul **“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MENGEDUKASI PRODUK BAHAN BANGUNAN KEPADA PELANGGAN (Studi Kasus : Studi Deskriptif Dalam Mengedukasi Produk Bahan Bangunan PT.Sika Indonesia)”**.

*Selama proses penulisan proposal skripsi ini tentunya banyak sekali menerima bantuan, bimbingan, dorongan, support, dan nasihat dari berbagai pihak. Sehingga proposal skripsi penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :*

1. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta
3. Dr. Elly Yuliyawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta
4. Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta
5. Suryaning Hayati, MM, M.Ikom selaku Ketua sidang dan Yuliyawati, M.Ikom selaku Dosen Penguji
6. Troy Manuputty Bapak saya dan Maria Eka Sari Ibu saya yang tak henti-hentinya selalu berdoa demi keberhasilan saya dan selalu memberikan kasih sayang yang tak terbatas dan tak bisa dibayar dengan apapun.
7. Affan Putra, Sahabat saya yang selalu memberikan semangat dan menemani dalam penulisan Skripsi ini.

8. Olga Lidwina, Kekasih saya yang selalu memberikan semangat dan menemani dalam penulisan Skripsi ini. Terima kasih untuk semua waktu dan perhatianmu semoga kelak kita dapat meneruskan hubungan ini ke jenjang pernikahan kelak, Amin.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan dan seangkatan penulis (PR 2013) yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya selama ini. Semoga sukses.
10. Ibu Irene Yulientine (Marketing Manager), Ibu Maria Eka Sari (Asisten Marketing Manager), dan Bapak Akarius Ganti selaku customer dari PT. Sika Indonesia

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan keterbatasan wawasan penulis. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati memohon maaf atas kekurangan dan kelemahan yang terdapat pada proposal skripsi ini, penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulis ini. Akhir kata penulis berharap proposal skripsi ini dapat berguna menambah ilmu pengetahuan dan wawasan bagi pembaca.

*Wassalamualaikum wr.wb.*

Jakarta, 21 Juli 2020

Penulis

Manuputty Murphy Steward

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Peneliti Terdahulu .....	8
2.2 Pengertian Public Relations .....	14
1.3 Marketing.....	16
2..3.1 Teori Marketing Thomas L. Harris .....	16
1.4 Marketing Public Relations (MPR).....	17
1.4.1 Peran Public Relations Dalam Marketing.....	20
1.4.2 Peran Marketing Public Relations (MPR) .....	21
1.4.3 Tugas Marketing Public Relations .....	22
1.4.4 Perangkat Utama Marketing Public Relations (MPR).....	24
1.4.5 Strategi Marketing public Relations (MPR).....	25
1.4.6 Kegiatan Marketing Public Relations(MPR).....	30
1.4.7 Publisitas dalam Marketing Public Relations.....	31
1.4.8 Pengertian Publikasi .....	31
2.5 Customer Relations .....	33
2.5.1 Pengertian Customer Relations .....	33



2.5.2 Tujuan Customer Relations .....	33
2.6 Edukasi Pelanggan .....	34
2.6.1 Pengertian Edukasi .....	34
2.6.2 Pengertian Pelanggan .....	35
2.7 Media Marketing Public Relations .....	37
2.8 Sasaran atau Khalayak .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Tipe Penelitian .....	44
3.3 Metode Penelitian.....	46
3.4 Subjek Penelitian .....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1 Sejarah Singkat PT.Sika Indonesia.....	52
4.1.2 Karakteristik Narasumber .....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.3 Pembahasan.....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Praktis.....	74
5.2.2 Saran Akademis .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>