



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN BRAND LOYALTY PADA SOUR SALLY**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

EKA SARIYANA

44218110004

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Sariyana

NIM : 44218110004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Loyalty Pada Sour Sally

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 4 September 2023




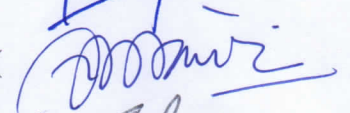
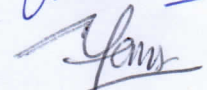
Eka Sariyana

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Eka Sariyana
NIM : 44218110004
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Loyalty Pada Sour Sally

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pembimbing I	: Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom	()
NIDN	: 0326089202	
Ketua Penguji	: Dewi Sad Tanti, M.Ikom	()
NIDN	: 0726067701	
Penguji Ahli	: Wiyanto Hidayatullah, M.Ikom	()
NIDN	: 0330019002	

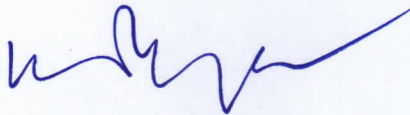
Disahkan oleh:

Jakarta, 8 September 2023

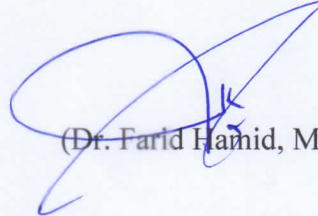
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Sariyana
NIM : 44218110004
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Loyalty

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 6 September 2023

Yang menyatakan,



Eka Sariyana

Nama : Eka Sariyana
NIM : 44218110004
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan
Brand Loyalty Pada Sour Sally
Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

ABSTRAK

Sour Sally adalah brand frozen yoghurt pertama di Indonesia yang berdiri pada tahun 2008. Sebagai pioneer frozen yogurt di Indonesia untuk mempertahankan eksistensinya, Sour Sally harus terus memberikan kepuasan kepada konsumen dan memperluas pasarnya di Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai untuk mengetahui dan menjelaskan strategi marketing public relations dalam mempertahankan brand loyalty pada Sour Sally.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan narasumber internal dan eksternal. Key Informan dan Informan sebanyak 5 orang, dokumentasi dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian ini dapat menunjukkan bahwa Sour Sally melakukan strategi marketing dengan konsep strategi marketing *pull*, *push* dan *pass*. Strategi Pull yang dilakukan oleh Sour Sally adalah melalui pesan-pesan positif, sehingga dapat menciptakan kesan positif terhadap Sour Sally. Strategi push yang dilakukan oleh Sour Sally untuk mendorong promosi produk dengan menggunakan influencer, memberikan paket promo-promo di outlet, baik promo reguler maupun saat opening outlet baru dengan media promosi umbul-umbul atau banner. Strategi pass yang dilakukan oleh Sour Sally adalah dengan kegiatan CSR.

Kata Kunci : Marketing Public Relations, Mempertahankan Brand Loyalty

Name : Eka Sariyana
NIM : 44218110004
Thesis Title : Marketing Public Relations Strategy in Maintaining Brand Loyalty in Sour Sally
Supervisor : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom

ABSTRACT

Sour Sally is the first frozen yogurt brand in Indonesia which was founded in 2008. As a pioneer of frozen yogurt in Indonesia to maintain its existence, Sour Sally must continue to provide satisfaction to consumers and expand its market in Indonesia.

The purposes of this research is to find out and explain marketing public relations strategies in maintaining brand loyalty in Sour Sally.

This research uses a descriptive research method with a qualitative approach and constructivism paradigm. Data collection techniques were carried out by in-depth interviews with internal and external sources. Key Informants and Informants as many as 5 people, documentation and drawing conclusions or verification.

The results of this study can indicate that Sour Sally carried out a marketing strategy with the concept of a pull, push and pass marketing strategy. The Pull strategy carried out by Sour Sally is through positive messages, so as to create a positive impression on Sour Sally. Sour Sally's push strategy is to encourage product promotion by using influencers, providing promo packages at outlets, both regular promos and when opening new outlets with banners or banners as promotional media. The pass strategy carried out by Sour Sally is with CSR activities.

Keywords: Marketing Public Relations, Maintaining Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Strategi Marketing Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Image Pada Sour Sally”. Sebagaimana tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan guna untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Strata Satu (S-1), dari Bidang Studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna dimana didalamnya pun akan ada banyak kekurangan, yang dapat disebabkan oleh kurangnya pengalaman, pengetahuan, dan ketelitian. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik atau saran dari pembaca demi membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Terdapat banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam penyusunan skripsi ini, namun berkat adanya dukungan dan semangat dari orang terdekat baik secara moril maupun materil sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing skripsi saya yang telah memberikan pengetahuan, tenaga, serta waktunya dan selalu memberi motivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dewi Sad Tanti, M. Ikom selaku Ketua Sidang pada Sidang Akhir saya memberikan bimbingannya dan kemudahan selama pelaksanaan Sidang Akhir dari awal hingga selesai.
3. Bapak Wiyanto H, M.Ikom selaku Penguji Ahli pada Sidang Akhir Saya yang telah memberikan kemudahan selama saya melaksanakan sidang akhir dari awal hingga akhir dan memberikan masukan terkait penelitian saya untuk menjadi lebih baik.

4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Kepada kedua orang tua, Bapak Yos Rasidi dan Ibu Nurhayati beserta kakak-kakak dan adik saya yang telah memberikan semangat, doa, serta kasih sayang dan dukungan baik secara moral, material dan spiritual selama proses menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada sahabat-sahabat saya Maria Angelica, Helen Pidriani dan Adella Rahmadini yang telah memberikan semangat, motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Sour Sally Group yang telah berkenan memberikan banyak informasi yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh dosen, guru, orang tua dan sahabat-sahabat yang mungkin tidak dapat penulis tulis seluruhnya. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada seluruh orang yang telah membantu penulis mencapai penyelesaian skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang.

Jakarta, 6 September 2023



(Eka Sariyana)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Komunikasi	15
2.2.1.1 Unsur-unsur Komunikasi.....	15
2.2.1.2 Komunikasi Publik	16
2.2.2 Public Relations.....	17
2.2.2.1 Pengertian Public Relations	17
2.2.2.2 Peran Public Relations.....	18
2.2.2.3 Fungsi Public Relations	19
2.2.2.4 Aktivitas Public Relations	21

2.2.3 Marketing Public Relations	23
2.2.3.1 Pengertian Marketing Public Relations	23
2.2.3.2 Fungsi Marketing Public Relations	25
2.2.3.3 Peranan Marketing Public Relations	25
2.2.3.4 Kegiatan Marketing Public Relations.....	26
2.2.3.5 Strategi Marketing Public Relations	27
2.2.3.6 Manfaat Marketing Public Relations.....	31
2.2.4 Brand Loyalty	32
2.2.4.1 Pengertian Brand Loyalty	32
2.2.4.2 Faktor-faktor Pengukur Brand Loyalty	33
2.2.4.3 Pengukuran Brand Loyalty	35
2.2.4.4 Fungsi Brand Loyalty Bagi Perusahaan	36
2.2.5 Konsumen	36
2.2.5.1 Pengertian Konsumen.....	36
2.2.5.2 Perilaku Konsumen	37
2.2.5.3 Hak Konsumen.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Subjek Penelitian	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1 Sejarah Brand	46
4.1.2 Lokasi Brand	46
4.1.3 Visi dan Misi Brand.....	49

4.1.4 Logo Brand (Sour Sally)	50
4.1.5 Varian Menu Sour Sally.....	50
4.1.6 Struktur Organisasi Brand.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Target Market Brand Sour sally	53
4.2.2 Pull Strategy (Strategi Menarik) Brand Sour sally	55
4.2.3 Push Strategy (Strategi Mendorong) Brand Sour sally.....	57
4.2.4 Pass Strategy (Strategi Memengaruhi) Brand Sour sally.....	61
4.2.5 Peningkatan Brand Loyalty Pada Brand Sour Sally	62
4.2.6 Analisis Hasil Penelitian	64
4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Peran dan Tugas Public Relations Pada Sour Sally.....	65
4.3.2 Strategi Marketing Public Relations (MPR) Brand Sour Sally	65
4.3.3 Brand Loyalty pada Sour Sally	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
5.2.1 Saran Akademis.....	70
5.2.2 Saran Praktis.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75
CURRICULUM VITAE.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Lama Sour Sally	50
Gambar 4.2 Logo Baru Sour Sally.....	50
Gambar 4.3 Yogurt Black Sakura dan White Skim.....	51
Gambar 4.4 Yogurt White Gold	51
Gambar 4.5 Varian Topping Buah.....	52
Gambar 4.6 Varian Crunchy.....	52
Gambar 4.7 Event Lagi-Lagi Tennis	57
Gambar 4.8 Event The Sounds Project	58
Gambar 4.9 Event Jajarans	58
Gambar 4.10 Produk Black Sakura.....	59
Gambar 4.11 Event Gold Digger	60
Gambar 4.12 Event Cantik-Cantik Belepotan	62
Gambar 4.13 Logo Lama dan Logo Baru Sour Sally	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 List Brand Frozen Yogurt di Indonesia	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1 List Cabang Outlet Sour Sally	55



UNIVERSITAS
MERCU BUANA