



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK BRAND AWARENESS DI
AMBHARA HOTEL JAKARTA**

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh:
Riri Humairoh
44216010013

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

Judul : Strategi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial
Instagram Dalam Membentuk Brand Awareness Di Ambhara
Hotel Jakarta
Nama : Riri Humairoh
NIM : 44216010013
Fakultas : Communications Science
Study Program : Public Relations
Bibliography : 41 acuan +

ABSTRAK

Ambhara Hotel Jakarta adalah hotel perpaduan unik antara gaya Eropa kontemporer dan keramahan Indonesia. Sebagai salah satu hotel bintang 4 yang paling luar biasa di Jakarta, kami menawarkan kepada para pelancong bisnis dan rekreasi sebuah pintu gerbang yang halus namun akrab ke Jakarta Selatan. Kata "Ambhara," berasal dari kata Sansekerta untuk "pemuhan," mencerminkan visi kami untuk memenuhi semua kebutuhan bisnis atau kesenangan customer. Dalam implementasinya, Ambhara Hotel Jakarta sebagai salah satu hotel yang melakukan strategi marketing public relation melalui media sosial Instagram untuk membentuk Brand Awareness dari hotel tersebut. Setiap perusahaan bisnis dituntut untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat memenangkan perusahaan yang tidak sepenuhnya bergantung pada manajemen perusahaan, Strategi ini bertujuan agar berjalan dengan baik pengembangan brand awareness yang diberikan perusahaan kepada konsumennya melalui 3 strategi yaitu *pull*, *push* dan *pass*.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsep Thomas L. Harris untuk Ambhara Hotel Jakarta yang merumuskan secara spesifik Marketing Public Relations.

Tipe penelitian deskriptif melalui metode studi kasus, pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data primer dengan teknik wawancara mendalam dengan 1 key informan dan 1 informan. Sedangkan pengumpulan data sekunder yang dilakukan dengan cara pengumpulan data-data melalui riset perpustakaan untuk kemudian keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi.

Dengan demikian, strategi marketing public relations melalui media sosial yang Ambhara Hotel Jakarta lakukan menggunakan Marcom Plann.

Title : ***PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY THROUGH
INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN IMPROVING BRAND
AWARENESS AT AMBHARA HOTEL JAKARTA***

Name : Riri Humairoh

ID : 44216010013

Faculty : Communications Science

Study Program : Public Relations

Bibliography :

ABSTRACT

Ambhara Hotel Jakarta is a unique blend of contemporary European style and Indonesian hospitality. As one of the most outstanding 4-star hotels in Jakarta, we offer business and leisure travelers a refined yet intimate gateway to South Jakarta. The word "Ambhara," comes from the Sanskrit word for "fulfillment," reflects our vision of meeting all business needs or customer pleasure. In its implementation, Ambhara Hotel Jakarta is one of the hotels that carries out a public relations marketing strategy through Instagram social media to form Brand Awareness of the hotel. Every business company is required to improve its performance in order to win a company that is not completely dependent on company management. This strategy aims to run well the development of brand awareness that the company provides to its consumers through 3 strategies, namely pull, push and pass.

The concept used in this research is the Thomas L. Harris Concept for Ambhara Hotel Jakarta which formulates specifically Marketing Public Relations.

This type of research is descriptive through the case study method, the research approach used in this research is qualitative research. Primary data collection method with in-depth interview technique with 1 key informant and 1 informant. Meanwhile, secondary data collection is done by collecting data through library research and then the validity of the data is tested through triangulation techniques.

Thus, the marketing public relations strategy through social media that Ambhara Hotel Jakarta is doing uses the Marcom Plann.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Riri Humairoh

NIM : 44216010013

Bidang Studi : Public Relations

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul "Strategi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Brand Awareness Di Ambhara Hotel Jakarta" merupakan hasil dari studi pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 19 Februari 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Riri Humairoh)

Pembimbing I

(Dr. Imulan Sati M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : Strategi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Brand Awareness Di Ambhara Hotel Jakarta.
Nama : Riri Humairoh
NIM : 44216010013
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta 19, Februari 2020

Mengetahui,
Pembimbing I

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Dr. Irmulan Sari, M.Si.)



MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Strategi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram Dalam
Membentuk Brand Awareness Di Ambhara Hotel Jakarta.

Nama : Riri Humairoh

Nim : 44216010013

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 19 Februari 2020

Diserujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Irmulan Sati, M.Si)

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyono, M.Comn.Pb.D.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Riri Humairoh
Nim : 44216010013
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Strategi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Brand Awareness Di Ambhara Hotel Jakarta.

Jakarta, 19 Februari 2020

Ketua Sidang,
Anindita, M.Ikom

Penguji Ahli,
Dr. Farid Hamid, M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing,
Dr. Irmulan Sati, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya saya dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para keluarga, para sahabat, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, amin. Proposal skripsi ini sebagai salah satu syarat Memperoleh gelar Sarjana pada Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Judul yang peneliti ajukan adalah “Strategi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram Dalam Membentuk Brand Awarenes di Ambhara Hotel Jakarta”

Penelitian Proposal skripsi ini merupakan salah satu untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Srata Satu (S1) Ilmu Komunikasi, Dalam menyelesaikan proposal peneliti banyak mengalami hambatan. namun dengan adanya dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak yang terlibat membuat peneliti merasa yakin dan mampu dapat menyelesaikan proposal ini hingga selesai. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Dr.Irmulan Sati M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyisihkan waktu yang cukup panjang, memberikan pengarahan, memberikan motivasi, membagi ilmu, dan selalu sabar menghadapi peneliti dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi. Terima Kasih untuk semua kemudahan administrasi dan saran akademik, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan laporan tugas akhir dengan baik.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bpk. Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Kedua Orang Tua Saya, Ibu saya Rina Sanmursi Ayah saya Taufik Akbar dan Kakak saya Rere Apriliani dan yang selalu memberi doa dan dukungan untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh dosen bidang Studi Public Relations yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bimbingan dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama penulisan.
7. Ibu Vincentia Maria selaku General Manager Ambhara Hotel Jakarta, Bapak Luthfi Anggara selaku HRD , Ibu Adelia Citra selaku HR, Ibu Chitika selaku Marketing Manager dan Ibu Dian Prayitni selaku Public Relations Ambhara Hotel Jakarta, terimakasih banyak atas waktu nya yang telah membantu saya dengan data untuk kelangsungan proposal skripsi ini.
8. Terimakasih ka vira , ka tesya , mba nuvi , bu ay ,ka rani , bu wiwi , papink, ka deki , ka hakam, ka erik , ka jalu , caca terimakasih telah bersahabat dengan saya selama di Ambhara Hotel dan selalu memberikan semangat untuk cepat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Dan teman-teman Public Relations angkatan 2016 yang selalu memberi warna saat kuliah.

Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu satu yang telah membantu dalam penyusunan laporan skripsi ini. Atas segala doa, semangat, bantuan dan dorongannya, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, Penulis sadar akan kekurangan baik dari segi materi dan sistematika penulisan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat lebih menyempurnakan proposal ini.

Akhir kata penulis berharap semoga penelitian tugas akhir ini alat bermanfaat untuk kepentingan penelitian dan Ilmu pengetahuan di masa yang akan mendatang sesuai dengan fungsinya.

Jakarta, 04 Maret 2021

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	v
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	vi
LEMABAR TANDA LULUS TUGAS AKHIR	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN1	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Marketing Public Relations	19
2.5.1 Proses Komunikasi.....	39
2.5.2 Komunikasi Pemasaran.....	40

2.6 Public Relations.....	41
2.6.1 Definisi Public Relations	41
2.6.2 Peran dan Fungsi Public Relations.....	42
2.6.3 Strategi Public Relations	43
2.6.4 Public Relations dan Media	45
2.6.5 Media	46
2.7 Special Event	47
2.8 Celebrity Endorser	49
2.8.1 Pengertian Celebrity Endorser	49
2.8.2 Pertimbangan dalam memilih Celebrity Endorser	50
2.8.3 Peran Celebrity Endorser	50
2.9 Brand Awareness	51
2.10 Strategi	54
2.11 Hotel	59
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	68
3.1 Paradigma Penelitian	68
3.2 Metode Penelitian	68
3.3 Subjek Penelitian	70
3.4 Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.1 Data Primer	71
3.4.2 Data Sekunder	72
3.5 Teknik Analisis Data	73
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	78
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	78
4.1.1 Sejarah Ambhara Hotel Jakarta.....	80
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	81
4.1.3 Struktur Organisasi Ambhara Hotel Jakarta	82
4.1.4 Logo Perusahaan.....	83
4.1.5 Akun Instagram Ambhara Hotel.....	83
4.2 Hasil Penelitian.....	84
4.2.1 Strategi Marketing Public Relations di media sosial Instagram @ambharajakarta	90
4.3 Pembahasan.....	103
4.3.1 Strategi Marketing Public Relation Ambhara Hotel Jakarta di media sosial Instagram @ambharajakarta	105
4.3.1.1 Memilih Khalayak Sasaran	106
4.3.1.2 Menyusun Pesan	107
4.3.1.3 Metode Penyampaian Pesan.....	109
4.3.1.4 Pemilihan Media Komunikasi.....	111
4.3.2 Citra Perusahaan Ambhara Hotel Jakarta di Media Sosial Instagram @ambharajakarta	114
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran.....	118
5.2.1 Saran Praktis	118

5.2.2 Saran Akademis	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	122



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
--------------------------------------	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Dasar Sistem Komunikasi Marketing Public Relations.....	33
Gambar 2.2 Proses Komunikasi Sekunder.....	40
Gambar 2.3 Piramida Brand Awareness	53
Gambar 2.4 Whalen's 7 Step Strategic Planning Process.....	61
Gambar 4.1 Logo Ambhara Hotel Jakarta	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Transkrip Wawancara	122
------------------------------------	-----

