



**The Faculty of Communication**

**Mercu Buana University**

**The Name** : Lydya Mega Andriyani  
**NIM** : 44213010064  
**The title of bachelor theses** : The Influence of the marketing strategy of Public Relations Radio Prambors in Event “Concert of the fallen Star” Against the loyalty listener.  
**Number of pages** : xii + 141 pages + 17 Attachments  
**Bibliography** : 30books (2003-2014 years), 2 journals, 3 Website reference

### **ABSTRACT**

This bachelor theses discuss about " *Marketing Strategy Influence Public Relations* Radio Parmbors Jakarta in concert event of the fallen star of loyalty listeners". Customer Loyalty the listener is very needed by Prambors radio whether the program provided make the listeners to the stage loyal to Prambors radio. To achieve that goal, Prambors radio use Marketing Strategy of Public Relations to create a concert event of the fallen star Charlie Puth 2016. The purpose of this research is to identify the success of Marketing Strategy of Public Relations in the event of a concert the fallen star to achieve that goal.

An overview of the library used to support this is bachelor theses, Strategic Marketing Public Relations. Hifni Alifahmi in book *Marketing Communications Orchestra: Harmonization advertisements, promotion, & MPR*, MPR strategy is the techniques of Public Relations which collaborate dengan Marketing to encourage (Strategy Push), interesting (Strategy Pull), and affect (Strategy Pass) to consumer or listener. Strategy is used as a way to get the results of the purpose of the company to create an event program.

Research Methodology uses quantitative research-eksplanatif, Technique of data collection with the survey with spreading the questioner to respondents, dgunakan data analysis techniques is Stratified Random Sampling. The results of this research is to discuss about how far the influence of the fallen star Concert events generated by the Marketing *Public Relations* Prambors radio to reach to the level of customer loyalty listeners Prambors radio.

Researchers concluded that the greatest effects in the marketing strategy of *public relations* Prambors radio Jakarta is located in the dimension of the *Pass Strategy* to achieve customer loyalty stage prove that Prambors radio Jakarta very affect the listener become pendengar loyal.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

**Nama** : Lydya Mega Andriyani  
**NIM** : 44213010064  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Strategi Marketing Public Relations  
Prambors Radio Dalam Event Konser Bintang Jatuh  
Terhadap Loyalitas Pendengar.  
**Jumlah halaman** : xii + 141 halaman + 17 Lampiran  
**Bibliografi** : 30buku (2003-2014 tahun), 2 Jurnal, 3 Website acuan

**ABSTRAK**

Skripsi ini membahas tentang “Pengaruh Strategi *Marketing Public Relations* Prambors Radio Jakarta dalam event Konser Bintang Jatuh terhadap Loyalitas pendengar”. Loyalitas pendengar sangatlah dibutuhkan oleh Prambors radio apakah program yang diberikan membuat pendengar sampai kepada tahap loyal kepada Prambors Radio. Untuk mencapai tujuan tersebut, Prambors Radio menggunakan Strategi Marketing Public Relations dengan membuat event Konser Bintang Jatuh Charlie Puth 2016. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi keberhasilan Strategi Marketing Public Relations dalam event Konser Bintang Jatuh untuk mencapai tujuan tersebut.

Tinjauan pustaka yang digunakan untuk mendukung skripsi ini adalah, Strategi Marketing Public Relations. Hifni Alifahmi dalam buku *Marketing Communications Orchestra: Harmonisasi Iklan, Promosi, & MPR*, Strategi MPR adalah teknik-teknik seorang Public Relations yang berkolaborasi dengan Marketing untuk mendorong (Strategy Push), menarik (Strategy Pull), dan mempengaruhi (Strategy Pass) kepada konsumen atau pendengar. Strategy tersebut digunakan sebagai cara untuk mendapatkan hasil tujuan perusahaan dengan membuat suatu program event.

Metodologi penelitian menggunakan penelitian kuantitatif-eksplanatif, Teknik pengumpulan data dengan survey dengan menyebarkan kuisioner kepada responden, Teknik analisis data yang digunakan adalah Stratified Random Sampling. Hasil penelitian ini membahas mengenai Sejauhmana pengaruh event Konser Bintang Jatuh yang dibuat oleh Marketing *Public Relations* Prambors Radio untuk mencapai ke tahap loyalitas pendengar Prambors Radio.

Peneliti menyimpulkan bahwa pengaruh terbesar dalam strategi marketing *public relations* Prambors Radio Jakarta tersebut terdapat pada dimensi *Pass Strategy* untuk mencapai tahap loyalitas membuktikan bahwa Prambors Radio Jakarta sangat mempengaruhi pendengarnya menjadi pendengar yang loyal.