



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS WALL STREET
ENGLISH DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PROGRAM
BELAJAR BAHASA INGGRIS DI JAKARTA**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

MUHAMAD SOLEH ZAELANI

44215110182

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Soleh Zaelani
Nim : 44215110182
Bidang Studi : Public Relations
Alamat : Gg.Masjid , RT. 6 RW. 7 No.32 ,Susukan, Ciracas , Jakarta Timur
Email & No. HP : soleh.zaelani17@gmail.com

Menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul **"Strategi Marketing Public Relations Wall Street English Dalam Membangun Brand Awareness Program Belajar Bahasa Inggris Di Jakarta"** ini adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir Jurnal Ilmiah tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari Tugas Akhir atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah tercantum sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu berupa pembatalan kelulusan saya sebagai Sarja Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan Tugas Akhir Jurnal Ilmiah dari awal.

Jakarta, 27 Agustus 2022
MERCU BUANA

Yang Membuat Pernyataan



(Muhammad Soleh Zaelani)

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Haryati SE., MM., M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Muhamad Soleh Zaelani
NIM : 44215110182
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION WALL
STREET ENGLISH DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS PROGRAM BELAJAR BAHASA INGGRIS DI
JAKARTA

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Agustus 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)




Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana


LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR

Nama : Muhamad Soleh Zaelani
NIM : 44215110182
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION WALL STREET
ENGLISH DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
PROGRAM BELAJAR BAHASA INGGRIS DI JAKARTA

Jakarta, 27 Agustus 2022

Ketua Sidang : Dewi Sad Tanti, M.IKom. ()
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Penguji Ahli : Dr. Nurhayani Saragih, M.Si. ()

Pembimbing : Rika Yessica Rahma, M.IKom. ()



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION WALL STREET ENGLISH DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PROGRAM BELAJAR BAHASA INGGRIS DI JAKARTA

Nama : Muhamad Soleh Zaelani

NIM : 44215110182

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 27 Agustus 2022

Pembimbing, **UNIVERSITAS** Ketua Bidang Studi Public Relations,
MERCU BUANA

(Rika Yessica Rahma, M.IKom.)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Public Relations
Muhamad Soleh Zaelani
44215110182

Strategi Marketing Public Relations Wall Street English dalam Membangun Brand Awareness Program Belajar Bahasa Inggris di Jakarta
111 Halaman + 24 Lampiran
47 buku + 2 Website

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Marketing Public Relations Wall Street English Dalam Membangun Brand Awareness Program Belajar Bahasa Inggris Di Jakarta, pada masa pandemic covid-19 sangat memberikan pengaruh besar bagi setiap sector bisnis usaha yang ada di dunia dan juga tepatnya di Indonesia. Pada masa covid-19 2020 – 2021 Wall Street English sebagai salah satu platform program belajar Bahasa Inggris yang cabangnya lebih banyak di Ibukota Jakarta ikut merasakan perubahan awalnya pada masa pandemic. Oleh karena itu penelitian ini fokus terhadap bagaimana Wall Street English Indonesia tetap mempertahankan dan membangun brand awareness di tengah-tengah masyarakat, dan juga strategi yang dilakukan pada masa pandemic covid-19 2020 – 2021.

Teori atau konsep yang digunakan adalah konsep strategi marketing public relations untuk mengetahui keberhasilan dalam membangun brand awareness program belajar Bahasa Inggris pada masa pandemic covid-19 2020 – 2021. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus dengan Teknik pengumpulan data melalui dua macam cara, yakni pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam (*indept interview*) dan pengumpulan data sekunder melalui hasil – hasil dokumentasi berbagai kegiatan dalam strategi marketing public relations untuk melihat pada hasil dalam membangun brand awareness program belajar Bahasa Inggris pada masa pandemic Covid-19 2020 – 2021.

Hasil penelitian ini telah memberikan hasil dan menunjukkan bahwa program belajar Bahasa Inggris pada Wall Street English Indonesia dalam membangun brand awareness nya telah memberikan hasil yang baik dalam eksistensi program belajar Bahasa Inggris pada masa pandemic covid-19 tahun 2020 -2021.

Kata Kunci : Strategi Marketing Public Relations, Brand Awareness, Pandemi Covid-19, Program Belajar Bahasa Inggris.

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Public Relations
Muhamad Soleh Zaelani
44215110182

Strategi Marketing Public Relations Wall Street English dalam Membangun Brand Awareness Program Belajar Bahasa Inggris di Jakarta
111 Halaman + 24 Lampiran
47 buku + 2 Website

ABSTRACT

The research examines Strategi Marketing Public Relations Wall Street English Dalam Membangun Brand Awareness Program Belajar Bahasa Inggris Di Jakarta (Marketing Strategy of Public Relations in Wall Street English to Develop Brand Awareness in English Teaching in Jakarta). The approach for this thesis is the impact of COVID-19 for business sector, especially in Jakarta. During the COVID-19 pandemic, between the year of 2020 to 2021 Wall Street English as one of many English learning platforms in Indonesia with four locations in Jakarta have been enjoying the positive growth during the pandemic, therefore this thesis is mainly focus on how Wall Street English Indonesia maintain and build its brand awareness and also the strategies they use to be the leader in the market during the COVID-19 pandemic for the past two years.

Researcher using Post Positivism Paradigm with descriptive qualitative method in this thesis to explicate the situation. The approach is conducting interviews and in-depth observation to collect data.

The conclusion of this thesis is brand awareness campaign that has been running in Wall Street English Indonesia helped its positive growth in the existence of English learning program in Jakarta during the COVID-19 pandemic between the year of 2022-2021. Business Development and Partnership division is the leader in this campaign by creating two-ways communication method between Wall Street English Indonesia as provider and its customers to help creating harmonius relationship between those two, this also help Wall Street English Indonesia to keep their good reputation among their customers.

Keywords : *Marketing Public Relations Strategy, Brand Awareness, Wall Street English, English Learning Program.*

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, hidayah, kekuatan dan pencerahan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

Proposal dengan judul **“Strategi Marketing *Public Relations* Wall Street English Dalam Membangun *Brand Awareness* Program Belajar Bahasa Inggris Di Jakarta**, ini di ajukan sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan dalam mata kuliah riset komunikasi.

Selainnya penulisan proposal skripsi ini tentunya tidak lepas dari berbagai dukungan yang diberikan kepada penulis, baik moril maupun materil. Dan dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar- besarnya kepada:

1. Ibu Rika Yessica M.I.Kom sebagai pembimbing dalam penyusunan proposal ini, serta memberikan masukan, arahan, motivasi dan meluangkan banyak waktu untuk memberikan masukan kepada peneliti agar proposal penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si, Selaku Wakil Dekan Bidang Sumberdaya & Keuangan Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Bapak Henry Yosi selaku Head of Marketing Wall Street English Indonesia
6. Bapak Kevin Reinaldy selaku Business Development & Partnership Manager Wall Street English Indonesia
7. Bapak David Siura selaku Senior Center General Manager Wall Street English Indonesia
8. Kepada Ibu dan Bapak ku yang telah memberikan support dan doanya dalam menyelesaikan tugas akhir ini, memberikan doa sebagai support yang sangat berharga bagi saya penulis.
9. Sahabat, Teman kuliah yang selalu setia memberikan masukan, motivasi, semangat, ilmu, pengalaman, dan menolong.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu atas segala bantuannya kepada pelaksana.

Akhirnya penulis sekali ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung sampai selesainya penulisan proposal skripsi ini karena tanpa dukungan dari kalian semua, penulisan ini tidak dapat berjalan dengan baik dan andaikan selesai pun mungkin penulisan ini tidak sempurna.

Dan mudah-mudahan penulisan ini dapat bermanfaat bagi kita semuanya.

Jakarta, 18 Januari 2022 Penulis

Muhamad Soleh Zaelani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 FOKUS PENELITIAN	1
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	11
2.2 KOMUNIKASI.....	17
2.3 PUBLIC RELATIONS	16
2.3.1 Pengertian Public Relations	16
2.3.2 Fungsi Public Relations.....	18
2.3.3 Tujuan Public Relations	22
2.3.4 Macam – macam Aktivitas Public Relations	24
2.4 STRATEGI.....	27
2.4.1 Pengertian Strategi	27
2.4.2 Strategi Public Relations	27
2.5 MARKETING PUBLIC RELATIONS.....	31
2.5.1 Pengertian Marketing Public Relations.....	33
2.5.2 Konsep Marketing Public Relations.....	35
2.5.3 Peran Marketing Public Relations.....	37

2.5.4 Kegiatan Marketing Public Relations	39
2.5.5 Strategi Marketing Public Relations	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 PARADIGMA PENELITIAN	50
3.2 METODOLOGI PENELITIAN	51
3.3 SUBJEK PENELITIAN	52
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	56
3.5.1 Data Primer	56
3.5.2 Data Sekunder	57
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	60
3.7 TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	60
4.1.1 Sejarah PT. Wahana Semesta Ilmu / Wall Street English.....	60
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	61
4.1.3 Tata Nilai Perusahaan.....	62
4.1.4 Logo Brand PT. Wahana Semesta Ilmu.....	63
4.1.5 Makna Logo Perusahaan	63
4.1.6 Struktur Organisasi.....	70
4.2 HASIL PENELITIAN	71
4.2.1 Aktivitas MPR Wall Street English	72
4.2.2 Strategi MPR Wall Street English.....	83
4.2.3 MPR Wall Street English	90
4.3 PEMBAHASAN	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 KESIMPULAN.....	104
5.2 SARAN.....	105
5.2.1 Saran Akademis.....	105
5.2.2 Saran Praktis.....	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	112