



**PENERAPAN *MARKETING PUBLIC RELATIONS (MPR)*  
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DENGAN  
PELANGGAN (STUDI KASUS GERAJ UMKM BUBUR AYAM  
ISTIMEWA JURAGANAN PERIODE JANUARI 2024)**

**SKRIPSI**

UNIVERSITAS  
Annisya Alkharis  
44221010152  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2025**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisya Alkharis  
NIM : 44221010152  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Penerapan *Marketing Public Relations* (MPR) dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dengan Pelanggan (Studi Kasus Gerai UMKM Bubur Ayam Istimewa Juraganan Periode Januari 2024)

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, 20 Februari 2025

UNIVERSI  
MERCU BUANA



Annisya Alkharis

## HALAMAN PENGESAHAN 1 PEMBIMBING

### HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Annisya Alkharis  
NIM : 44221010152  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Penerapan *Marketing Public Relations* (MPR) dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dengan Pelanggan (Studi Kasus Gerai UMKM Bubur Ayam Istimewa Juraganan Periode Januari 2024)

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.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Gadis Octory, M.Ikom  
NIDN : 0314108803  
Ketua Penguji : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom  
NIDN : 0326089202  
Penguji Ahli : Sabena, S.Ikom, M.Ikom  
NIDN : 0305057206

()  
()  
()

Jakarta, 20 Februari 2025

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 : Annisya Alkharis  
NIM : 44221010152  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Penerapan *Marketing Public Relations* (MPR) dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dengan Pelanggan (Studi Kasus Gerai UMKM Bubur Ayam Istimewa Jurusan Periode Januari 2024)

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, 20 Februari 2025

Yang menyatakan,



( Annisya Alkharis )

## ABSTRAK

Nama : Annisya Alkharis  
NIM : 44221010152  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Penerapan Marketing Public Relations (MPR) dalam Meningkatkan Brand Awareness dengan Pelanggan (Studi Kasus Gerai UMKM Bubur Ayam Istimewa Juraganan Periode Januari 2024)  
Pembimbing : Gadis Octory, M.Ikom

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya keberadaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang membantu pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dalam menjalankan usahanya pelaku UMKM perlu menerapkan penggunaan komunikasi tepat untuk meningkatkan penjualan. Permasalahan yang dimiliki oleh pelaku UMKM saat ini adalah masih kurangnya kemampuan bagi pelaku UMKM untuk melakukan branding. Disamping itu, walaupun Bubur Ayam Istimewa Juraganan selaku pelaku UMKM secara tidak langsung menerapkan Marketing Public Relations (MPR) untuk meningkatkan brand awareness pelanggan namun penerapannya terlihat belum maksimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan secara jelas Penerapan Marketing Public Relations (MPR) Bubur Ayam Istimewa Juraganan dalam Meningkatkan Brand Awareness dengan Pelanggan Periode Januari 2024. Melalui teori Marketing Public Relations (MPR) oleh Thomas L. Harris.

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara dengan informan kunci dan informan tambahan serta menggunakan observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bubur Ayam Istimewa Juraganan menerapkan strategi komunikasi yang sesuai dengan teori Marketing Public Relations (MPR) melalui tiga strategi yakni: pull strategy, push strategy, dan pass strategy. Temuan ini menunjukkan bahwa pada periode Januari 2024, Bubur Ayam Istimewa Juraganan hanya menggunakan pull strategy dan push strategy. Dimana penerapan push strategy terlihat lebih menonjol melalui pelaksanaan event dan memanfaatkan fitur iklan dan promosi di aplikasi pesan antar online untuk meningkatkan brand awareness. Pada hasil penelitian juga ditemukan bahwa bubur ayam Istimewa juraganan menempati tahapan brand recognition karena brand sudah dikenal baik oleh pelanggannya namun belum dapat menjangkau lingkungan yang lebih luas.

Kata Kunci: Komunikasi, Brand Awareness, Marketing Public Relations (MPR)

## **ABSTRACT**

*Name* : Annisya Alkharis  
*NIM* : 44221010152  
*Study Program* : *Communication Studies*  
*Title Internship Report* : *Implementation of Marketing Public Relations (MPR) in Increasing Brand Awareness with Customers (Case Study of Juraganan Special Chicken Porridge UMKM Outlet, January 2024 Period)*  
*Counsellor* : Gadis Octory, M.Ikom

*This research is motivated by the presence of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) that contribute to economic growth in Indonesia. In running their businesses, MSME entrepreneurs need to implement effective communication strategies to increase sales. One of the main issues faced by MSME entrepreneurs today is the lack of branding skills. Furthermore, although Bubur Ayam Istimewa Juraganan, as an MSME, has indirectly implemented Marketing Public Relations (MPR) to enhance customer brand awareness, its implementation has not been optimal. The objective of this study is to identify and clearly describe the application of Marketing Public Relations (MPR) by Bubur Ayam Istimewa Juraganan in increasing brand awareness among customers during the period of January 2024, based on the Marketing Public Relations (MPR) theory by Thomas L. Harris.*

*This study adopts a constructivist paradigm. It employs a case study method with a qualitative approach through interviews with key and additional informants, as well as observations and documentation.*

*The findings indicate that Bubur Ayam Istimewa Juraganan applies communication strategies aligned with the Marketing Public Relations (MPR) theory through three strategies: pull strategy, push strategy, and pass strategy. The results reveal that during January 2024, the business only implemented pull and push strategies, with the push strategy being more prominent. This was demonstrated through event execution and the use of advertisements and promotions on online food delivery applications to enhance brand awareness. Additionally, the findings show that Bubur Ayam Istimewa Juraganan has reached the brand recognition stage, as the brand is well known among its customers but has yet to expand its reach to a broader audience.*

**Keywords:** *Communication, Brand Awareness, Marketing Public Relations (MPR)*

## KATA PENGANTAR

Tiada kalimat yang pantas penulis ucapkan kecuali rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat hidayahnya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul " Penerapan *Marketing Public Relations (MPR)* dalam Meningkatkan *Brand Awareness* dengan Pelanggan (Studi Kasus Gerai UMKM Bubur Ayam Istimewa Juraganan Periode Januari 2024)". Adapun penyusunan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat kelulusan program S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Gadis Octory M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, dan pengetahuan dalam penulisan skripsi ini yang sangat bermanfaat untuk peneliti dalam pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si. selaku Ketua Program Studi Public Relations sekaligus dosen mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan informasi dan memberikan bimbingan selama mata kuliah riset komunikasi berlangsung.
4. Ibu Siti Muschlihatul Mahmudah, S. Ikom, M. Ikom selaku ketua sidang akhir yang telah memimpin sidang serta memberikan saran revisi agar peneliti memiliki pemahaman yang lebih baik terkait penelitian.
5. Ibu Sabena, S. Ikom, M. Ikom selaku dosen penguji ahli pada sidang tugas akhir peneliti yang telah memberikan saran dan sudut pandang baru mengenai penelitian.

6. Kepada Ibu Haryati, Fahri Angga Prasetya, dan Rachma Dwi Anjani selaku informan dari Bubur Ayam Istimewa Juraganan. Terimakasih telah bersedia menjadi subjek penelitian tugas akhir peneliti.
7. Kepada Ibu Virly Setyo Rini, Annisa Rizki Amalia, Ineke Diana Putri, dan Luki Rudianto. Terimakasih telah bersedia menjadi informan pada penelitian ini untuk memperkuat data penelitian.
8. Kepada Ibu Novia Ika selaku Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang membantu peneliti dalam pengurusan berkas-berkas pra sidang.
9. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi terkhusus dosen Program Studi Public Relations yang telah memberikan banyak bekal dan ilmu kepada peneliti selama perkuliahan berlangsung sehingga dari materi pembelajaran peneliti terinspirasi untuk melakukan topik penelitian ini.
10. Kedua orang tua saya, Bapak Burhanuddin dan Ibu Haryati yang sangat saya sayangi dan cintai yang menjadi motivasi utama saya dalam melakukan penelitian ini. Terimakasih telah memberi dukungan baik materil dan nonmateril kepada saya. Terimakasih untuk do'a, nasehat dan segala jerih payah yang dilakukan sehingga saya bisa melanjutkan studi saya di Universitas Mercu Buana.
11. Untuk sahabat saya Bahdalah Nur Imanda, Hilda Chairunnisa, Najmi Afifah, Wilda Kareema dan Zahra Tsania Ananda yang telah memberikan dukungan kepada saya berupa saran dan masukan selama pengerjaan skripsi ini.
12. Untuk sahabat saya Annisa Rizki Amalia dan Atikah Rahmah. Terimakasih telah memberikan waktu dan menjadi tempat saya mencurahkan kegelisahan saya selama penyusunan skripsi ini.
13. Untuk sahabat seperjuangan saya, Ifa Tirta Maharani, Novi Kamilah Putri, Fitri Hanifah, Lintang Mayzalia, Muhammad Taufiqurrahman dan Najmah Tsaqibah. Terimakasih telah memberikan dukungan dan masukan kepada saya sehingga saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.



Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan penelitian ini.

Jakarta, 25 Januari 2025

Peneliti,  
Annisya Alkharis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoretis .....	20
2.2.1 Komunikasi .....	20
2.2.2 Public Relations .....	21
2.2.3 Teori Marketing <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.4 <i>Brand Awareness</i> .....	26
2.2.5 Pelanggan .....	28
2.2.6 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).....	30
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32

<b>BAB III</b> .....	<b>33</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	33
3.2 Metode Penelitian .....	34
3.3 Subyek Penelitian .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.1.1 Wawancara .....	38
3.4.1.2 Observasi.....	38
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1 Reduksi data.....	39
3.5.2 Penyajian data.....	39
3.5.3 Penarikan kesimpulan/verifikasi.....	39
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	40
<b>BAB IV</b> .....	<b>41</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	41
4.1.1 Logo Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	42
4.1.2 Lokasi Kedai Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	42
4.1.3 Target Konsumen .....	43
4.1.4 Bentuk Kegiatan Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Pull Strategy.....	48
4.2.2 Push Strategy .....	60
4.2.3 Evaluasi Hambatan dalam Penerapan <i>Marketing Public Relations</i> .....	69
4.2.4 Persepsi Pelanggan terhadap <i>Brand Awareness</i> Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	70
4.3 Pembahasan .....	77
4.3.1 Penerapan Teori <i>Marketing Public Relations (MPR)</i> .....	78

4.3.1.1 Pull Strategy .....	79
4.3.1.2 Push Strategy .....	85
4.3.2 Tanggapan Pelanggan Mengenai Penerapan Strategi Komunikasi Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	89
4.3.3 <i>Brand Awareness</i> .....	92
<b>BAB V</b> .....	<b>96</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran .....	97
5.2.1 Saran Akademik .....	97
5.2.2 Saran Praktis .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>101</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. 2 Kriteria UMKM.....	31



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data UMKM 2018-2023.....	2
Gambar 1. 2 Logo Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	6
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan .....	7
Gambar 2. 1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	26
Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 4. 1 Logo Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	42
Gambar 4. 2 Kedai Bubur Ayam Istimewa Juraganan .....	43
Gambar 4. 3 Grafik Penjualan .....	45
Gambar 4. 4 Neon Logo .....	51
Gambar 4. 5 Screen Shoot Whatsapp .....	52
Gambar 4. 6 Screen Shoot Testimoni Pelanggan.....	54
Gambar 4. 7 Screen Shoot Instagram Story .....	54
Gambar 4. 8 Poster Diskon.....	66
Gambar 4. 9 Dokumentasi Event.....	67
Gambar 4. 10 Bagan Hasil Penelitian.....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	101
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Subjek Penelitian .....	105
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	124
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian .....	126
Lampiran 5. <i>Curriculum Vitae</i> .....	12627

