

**ANALISIS STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN DI LIPPO PLAZA KEBOEN
RAYA BOGOR**

**(Studi Kasus: Kegiatan *Media Relations* dalam Bentuk Adlips di Radio
Lesmana FM)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor**

MUHAMMAD SIDIK

044115443



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

JUNI 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Muhammad Sidik

NPM : 044115443

Judul : Analisis Strategi *Marketing Public Relations* dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Lippo Plaza Keboen Raya (Studi Kasus : Kegiatan *Media Relations* dalam Bentuk Adlips di Radio Lesmana FM)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Mariana R.A. Siregar, M.I.Kom

NIP 1.1211 053 566

Pembimbing II : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

NIP 1.0641 025 628

Pembaca : Quote Nuraini C, M.I.Kom

NIP 1.0113 001 608

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya

Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum.
NIK. : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi

Muslim S.Sos., M.Si.
NIK. 1 0909 048 513

ABSTRAK

MUHAMMAD SIDIK. 044115443. 2019. Analisis Strategi *Marketing Public Relations* dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan di Lippo Plaza Keboen Raya (Studi Kasus : Kegiatan *Media relations* dalam Bentuk Adlips di Radio Lesmana FM). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Mariana R.A.Siregar M.I.Kom dan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Marketing Public Relations* dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Lippo Plaza Keboen Raya (studi kasus : kegiatan *media relations* dalam bentuk adlips di radio Lesmana FM). Penelitian ini terdiri dari 5 Bab yang masing-masing akan mendeskripsikan penelitian ini. Bab 1, mendeskripsikan terkait judul dengan menghasilkan beberapa rumusan masalah yaitu, bagaimana strategi *Marketing Public Relations* dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Lippo Plaza Keboen Raya, bagaimana kegiatan *media relations* dalam bentuk adlips yang dilakukan oleh Lippo Plaza Keboen Raya. Bab 2, mendeskripsikan mengenai pengertian-pengertian menurut para ahli serta teori terkait judul, sehingga menghasilkan alur berpikir yang terdiri dari beberapa struktur yaitu Lippo Plaza Keboen Raya, strategi MPR Lippo Plaza Keboen Raya, berita/strategi peminjam minat (publisitas) dan push-pull-pass,2 Bab 3, mendeskripsikan mengenai metode penelitian yang didalamnya menjelaskan bahwa penelitian ini dilaksanakan di Lippo Plaza keboen Raya dan Lesmana FM pada Oktober 2018 hingga April 2019. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber sebagai pembanding data. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Bab 4, mendeskripsikan pembahasan mengenai sejarah Lippo Plaza Keboen Raya serta hasil penelitian yang menunjukkan bahwa strategi MPR dengan melakukan kegiatan media relations dalam bentuk adlips dengan Lesmana FM yang dilakukan oleh Lippo Plaza Keboen Raya dapat meningkatkan jumlah pelanggannya. Terakhir, Bab 5 yaitu penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran untuk penelitian yang telah dilakukan.

Kata Kunci : Strategi Marketing Public Relations, Jumlah Pelanggan