

**ANALISIS KEGIATAN MARKETING PUBLIC RELATIONS
PT.HAPPYHOLY KIDS DALAM MENINGKATKAN *AWARENESS***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat mencapai gelar
Sarjana Ilmu Komunkasi Universitas Pakuan Bogor

Stevano Budiono

044112054



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BOGOR
MARET 2019**

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Stevano Budiono
NPM : 044112054
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Program Pendidikan : Strata-1
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya
PTS : Universitas Pakuan
Judul : Analisis Kegiatan *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
PT. HAPPY HOLY KIDS Dalam Meningkatkan
Awareness

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang diperlukan untuk memperoleh gelar Serjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

DEWAN PENGUJI Menyetujui

Pembimbing 1 : Yogaprasta Adinugraha, M.Si.
NIK. 1.0641025 628

Pembimbing 2 : Qoute Nuraini C., M.Ikom.
NIK. 1.0113 001 608

Pembaca : Ismail Taufik Rusfien, M.Si.
NIK. 1.1215 047 681

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal : 21 Maret 2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati, H., M.Hum
NIK. 1. 0596 088 229



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Muslim, M.Si
NIK. 1.0909 048 513

ABSTRAK

STEVANO. 044112054. 2019. Analisis kegiatan *Marketing Public Relations* (MPR) PT. Happy Holy Kids dalam meningkatkan *Awareness*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Yogaprasta Adi Nugraha dan Qoute Nuraini C.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis kegiatan *Marketing Public Relations* (MPR) PT. Happy Holy Kids dalam meningkatkan *Awareness* perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori *Marketing Public Relations* menurut Kasali, teori promosi menurut Kotler, dan teori hubungan media menurut Jefkins. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah informan kunci dan informan, aktifitas dan kepustakaan yang berkaitan dengan analisis kegiatan *Marketing Public Relations* PT. Happy Holy kids dalam meningkatkan *Awareness*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, kepustakaan dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan setelah dilakukannya triangulasi. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber data. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesinambungan antara kinerja *Marketing Public Relations* PT. Happy Holy Kids dengan strategi promosi dan hubungan media yang dilakukan perusahaan. Hal tersebut menciptakan dan meningkatkan citra positif perusahaan. Kinerja para *relationship officer* dalam menjalankan kegiatan promosi *Marketing Public Relations* terlihat sudah optimal dalam menyusun dan menjalankan kegiatan *marketing* dalam mempromosikan perusahaan.

Kata Kunci: *Marketing Public Relations, promosi, awareness*