

**ANALISIS *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS PENGUNJUNG *DI* K^{LUB} GOLF
BOGOR RAYA**

SKRIPSI

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

**Disusun Oleh:
ANISHA NUR YATIM
044116056**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
AGUSTUS 2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Anisha Nur Yatim
NPM : 044116056
Judul : Analisis *Marketing Public Relations* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung di Klub Golf Bogor Raya

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Roni Jayawinangun, M.Si
NIK. 1.0616 049 757

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

Pembaca : Feri Ferdinan Alamsyah, M.Ikom
NIK. 1.0614 025 629

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 04 Agustus 2021



Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

Anisha Nur Yatim. 044116121. 2021. Analisis Marketing *Public Relations* Dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung di Klub Golf Bogor Raya. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Dibawah Bimbingan : Roni Jayawinangun dan Ismail Taufik Rusfien.

Klub Golf Bogor Raya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pada industri golf yang dalam operasionalnya berkaitannya dengan dunia pemasaran. kegiatan Humas sangat berhubungan erat dengan dunia marketing, Humas pada saat ini sangat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan, baik tujuan secara *financial* maupun kepada internal dan eksternal perusahaan. Saat ini Humas tidak hanya terfokus pada ruang lingkup publik internal dan eksternal akan tetapi cenderung mendukung program pemasaran sehingga Humas menjadi bagian dalam program pemasaran, dan di kenal sebagai *marketing public relations* atau Humas Pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis Humas Pemasaran di Klub Golf Bogor Raya dengan menggunakan teori Harris yaitu *three ways strategy* yaitu, *pull strategy*, *push strategy*, dan *pass strategy* dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, foto, dan informasi percakapan yang merupakan sumber data kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Humas Pemasaran di Klub Golf Bogor raya sudah cukup efektif dalam meningkatkan loyalitas pengunjung KGBR.

***Kata kunci* : humas pemasaran, klub golf, loyalitas**