

SKRIPSI

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* GRAND SONDOKORO DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI INSTAGRAM

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Meraih Gelar Strata Satu Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh :

**MEUTIA RAHMADHANIA FATIKA
NIM. 2019071011**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS GRAND SONDOKORO DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI INSTAGRAM

Disusun Oleh :

MEUTIA RAHMADHANIA FATIKA

NIM. 2019071011

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan
di hadapan Dewan Penguji
pada tanggal : 19 JUNI 2023

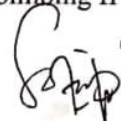
Pembimbing I



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

Pembimbing II



Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.I.Kom

NIDN. 0628108001

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Sahid Surakarta



Dr. Rahmat Wisudawanto, S.S., M.Hum

NIDN. 0628108301

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS GRAND SONOKORO DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MELALUI INSTAGRAM

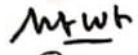
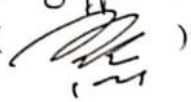
Disusun Oleh :

MEUTIA RAHMADHANIA FATIKA

NIM. 2019071011

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan
oleh dewan penguji Tugas Akhir dan ditindaklanjuti
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Sahid Surakarta
pada hari SEPTEMBER tanggal 10 JULI 2023

Dewan Penguji,

- | | | |
|--------------|--|---|
| 1. Penguji 1 | Dr. Rahmat Wisudawanto, M.Hum | () |
| 2. Penguji 2 | Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP, M.Ikom | () |
| 3. Penguji 3 | Dyah Retno Pratiwi, S.Sos., M.I.Kom | () |

Mengetahui,

Dekan

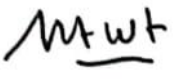
Fakultas Sosial, Humaniora , Dan Seni

Ketua Prodi

Ilmu Komunikasi


Marwahyudi, S.Pd., MT. IPP

NIDN. 0607107103



Dr. Rahmat Wisudawanto, M.Hum

NIDN. 0628108301

SURAT PERNYATAAN
ORISINILITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meutia Rahmadhania Fatika

NIM : 2019071011

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

1. Skripsi ini adalah murni merupakan gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
2. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapat gelar sarjana, baik di Universitas Sahid Surakarta maupun di perguruan tinggi.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang dituliskan atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan mencantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan seandainya di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri plagiat dan bentuk peniruan yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Surakarta, 25 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Meutia Rahmadhania Fatika

NIM. 2019071011

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meutia Rahmadhania Fatika
NIM : 2019071011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sosial, Humaniora, dan Seni Universitas Sahid Surakarta
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas skripsi saya yang berjudul *STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS GRAND SONDOKORO DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS*.

Beserta desain atau perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*autor*) dan Pembimbing sebagai co autor atau pencipta dan juga sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya secara sehat dan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 25 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,



Meutia Rahmadhania Fatika

NIM. 2019071011

HALAMAN MOTTO

“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok dan belajarlh seolah kamu akan hidup selamanya.”

– **Mahatma Gandhi**

“Hasbunallah wa ni'mal wakiil (cukuplah Allah menjadi Penolong kami dan Allah adalah sebaik baiknya Pelindung)”

– **Qs. Ali Imron : 173**

“Sendiri tapi pelan-pelan bergerak lebih baik daripada ramai-ramai tapi sekedar berteriak”

–**Boy Candra**

“Orang lain tidak akan pernah mengerti dan mengetahui bagaimana kita dibalik layar, kita berjuang dan berusaha ikhlas untuk Allah SWT, bukan semata-mata mencari validasi dari manusia.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada :

1. Allah SWT, karena atas izin dan karunianyalah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.
2. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang sudah memberi dukungan dalam mengerjakan skripsi ini.
3. Kepada Dosen Pembimbing saya ucapkan terimakasih kepada Dosen Pembimbing 1 Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto, M.Hum. dan kepada Dosen Pembimbing 2 Ibu Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP,M.Ikom atas setiap kesabaran,saran, masukkan dan bimbingan serta bantuan yang diberikan selama saya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Kedua adik saya Denova Queenkhanaya dan Justicya Arkhansa yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsiku.
5. Kakak saya Anton Rahmat Hidayat yang sudah membantu support biaya kuliah.
6. Ketiga teman saya, Reviolita Nurhalisa, Ekhasta Oktarias dan Ardiya Septi yang telah kebersamaiku dan berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 yang telah berjuang bersama dan saling mendukung satu sama lain dalam meraih gelar S.Ikom.
8. Rizal Dharmawan sebagai partnerku dalam segala hal.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur terhadap kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Strategi *Marketing Public Relations* Grand Sondokoro dalam Membangun Brand Awareness” sebagai bentuk karya tulis yang wajib disusun oleh mahasiswa guna memenuhi syarat Meraih Gelar Strata Satu Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta. Dalam penelitian ini, peneliti mendapat banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini peneliti mempersembahkan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya dan dengan segala kerendahan hati kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan berkat dan karunianya.
2. Ibu Sri Huning Anwarringsih ST.,M.Kom selaku PLT Rektor Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Destina Paningrum, SE., MM selaku Wakil Rektor Bidang Sumberdaya, Keuangan, dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu Dr. Erwin Kartinawati, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
5. Bapak Marwahyudi, S.Pd., MT. IPP selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
6. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto,S.S.,M.Hum selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Surakarta.
7. Bapak Dr. Rahmat Wisudawanto,S.S.,M.Hum selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah banyak memberikan motivasi masukan dan bantuan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
8. Ibu Sofia Ningsih Rahayu Putri, S.IP., M.I.Kom selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah banyak memberikan bantuan dalam menyelesaikan penulisan dan penyusunan skripsi.

9. Orang tua yang memberikan semangat, perhatian dan doa selama penulisan skripsi.
10. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2019
11. Seluruh karyawan beserta jajaran Grand Sondokoro yang telah membantu peneliti dalam pembuatan skripsi dan semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan peneliti telah menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan serta jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, peneliti berharap adanya kritik, saran dan usulan demi perbaikan dimasa yang mendatang. Mengingat tidak ada sesuatu yang sempurna tanpa saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat dipahami dan bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Surakarta , Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PENYATAAN ORISINILITAS KARYA ILMIAH.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Definisi Komunikasi	11
2.3 Proses Komunikasi.....	12
2.4 Public Relations	13
2.5 Marketing Public Relations.....	14
2.6 Strategi Marketing Public Relations	15
2.7 Brand Awareness	16
2.8 Media Sosial.....	19
2.9 Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Objek Penelitian	21
3.3 Sumber Data.....	22
3.2.1 Sumber Data Primer.....	22
3.2.2 Sumber Data Sekunder.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Teknik Sampling	24
3.6 Triangulasi Data	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Deskripsi Lokasi	27
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	29

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	30
4.1.3 Tujuan Perusahaan	30
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	30
4.2 Temuan Penelitian.....	36
4.3 Analisis Brand Awareness	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan	56
2.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Instagram Grand Sondokoro	4
Gambar I.2 <i>Insight</i> akun Instagram Grand Sondokoro	5
Gambar II.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	18
Gambar II.2 Bagan Kerangka Pemikiran	20
Gambar III.1 Analisis Model Interaktif Miles dan Huberman.....	26
Gambar IV.1 Peta Lokasi Grand sondokoro	27
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Grand sondokoro.....	30
Gambar IV.3 Interaksi Instagram Grand sondokoro.....	38
Gambar IV.4 Interaksi Instagram Grand sondokoro.....	39
Gambar IV.5 Manfaat Terapi Ikan, <i>Tips Parenting</i> , Tips Liburan	41
Gambar IV.6 Fasilitas Yang di Dapat	43
Gambar IV.7 Promo Rombongan	45
Gambar IV.8 <i>Greeting Story</i> Instagram	46
Gambar IV.9 <i>Giveaway</i>	47
Gambar IV.10 <i>Repost</i> Foto Pengunjung	48
Gambar IV.11 <i>Eflyer</i> Jadwal event	50
Gambar IV.12 <i>Food Court</i> UMKM	51
Gambar IV.12 Grand sondokoro Sebagai Fasilitator	52

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel IV.1 Daftar Karyawan Grand Sondokoro	33
Tabel IV.2 Harga Tiket Grand Sondokoro.....	35
Tabel IV.3 Analisis <i>Brand Awareness</i> unggahan Instagram Grand Sondokoro.....	5



ABSTRAK

STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* GRAND SONDOKORO DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* MELALUI INSTAGRAM

Agrowisata Grand Sondokoro merupakan salah satu tempat wisata sejarah di Kabupaten Karangayar, beroperasi sejak tahun 2007 yang memanfaatkan dan mengembangkan aset-aset dari pabrik gula Tasikmadu yang sudah tidak digunakan lagi. Adanya persaingan bisnis dalam bidang pariwisata, membuat para pembisnis berfikir keras untuk menciptakan suatu strategi *Marketing Public Relation* yang terbaik.

Penelitian ini menggunakan analisis *three ways strategy* yang terdiri dari *pull*, *push*, dan *pass strategy* serta menggunakan analisis teori *brand awareness*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan juga data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, dokumentasi, observasi. Peneliti menganalisa data yang didapatkan dilapangan dengan tiga tahap yang dilakukan untuk diolah dengan analisis data berupa analisa data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Dari 3 strategi yang sudah dilakukan dengan baik oleh Humas Grand Sondokoro terdapat dua masalah, masalah pertama pada *level brand recognition*, yaitu *followers* belum sepenuhnya memahami unggahan yang disajikan dan perlu adanya pemberian keterangan seperti *caption* yang jelas maupun informasi lainnya yang mendeskripsikan unggahan di instagram. Masalah yang kedua yaitu pada *brand recall*, yaitu kurangnya jalinan komunikasi atau percakapan dengan *followers* di media sosial secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi *Marketing*, *Public Relations*, Agrowisata Sondokoro, *Brand Awareness*, Instagra

ABSTRACT

GRAND SONDOKORO MARKETING STRATEGY OF PUBLIC RELATIONS IN BUILDING BRAND AWARENESS THROUGH INSTAGRAM

Agrowisata Grand Sondokoro is one of the historical tourist attractions in KarangayarRegency. Agrowisata Grand Sondokoro has been operating since 2007 and utilizes anddevelops the assets of the Tasikmadu sugar factory. Business competition in the tourism sector makes business people should create the best Marketing Public Relations strategy. This study used a three-way strategy analysis consisting of a pull, push, and pass strategy and a brand awareness analysis. This type of research was included in the descriptive qualitative. Sources of data are primary data and secondarydata. Data collection techniques used interviews, documentation, and observation. Researchers analyzed the data with three stages of data analysis, namely data analysis, data presentation, and drawing conclusions. Based on the 3 Grand Sondokoro Public Relations strategies, there are two problems. The first is the level of brand recognition,namely followers do not fully understand the uploads presented and it is necessary to provide information such as clear captions and other information described on Instagram. The second problem is brand recall, namely the lack of communication or conversation with followers on social media.

