



Judul Skripsi :

**STRATEGI KAMPANYE *FRONTLINER* MELALUI KEGIATAN *JUICETALK*
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* RE.JUVE**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Fariz Hidayat

NIM : 1310411131



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Muhammad Fariz Hidayat

NRP : 1310411131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku,

Jakarta, Februari 2018



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Fariz Hidayat

NRP : 1310411131

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI KAMPANYE *FRONTLINER* MELALUI KEGIATAN *JUICETALK*
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS RE.JUVE***


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : Februari 2018

Yang menyatakan,


Muhammad Fariz Hidayat

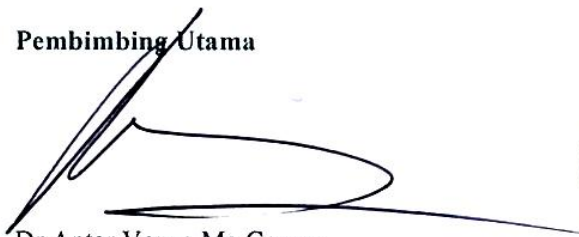
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fariz Hidayat
NRP : 1310411131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Judul Skripsi : Strategi kampanye *frontliner* melalui kegiatan *juicetalk* dalam membangun *brand awareness* konsumen Re.Juve Bahwa penyusunan Proposal Skripsi ini telah di setujui oleh dosen Pembimbing.

Jakarta, Februari 2018

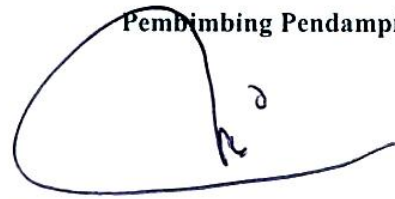
Mengetahui dan Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. Antar Venus Ma.Comm

Pembimbing Pendamping



Dra Hermina S. Mm

Ketua Program Studi



Damayanti S.sos, MSI

**STRATEGI KAMPANYE *FRONTLINER* MELALUI KEGIATAN *JUICETALK*
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* RE.JUVE**

MUHAMMAD FARIZ HIDAYAT

ABSTRAK

Hidup sehat sudah menjadi gaya hidup kebanyakan dimasyarakat saat ini. Re.juve merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *food & beverages* yang menyediakan makanan dan minuman sehat. Penelitian ini membahas strategi kampanye *frontliner* melalui kegiatan *juicetalk* dalam membangun *brand awareness* Re.Juve. *frontliner* melakukan *state of being public relations* didalam perusahaan ini. Tujuan penelitian ingin mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan *frontliner* dalam membangun *brand awareness* Re.Juve. Metode yang digunakan ialah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tehnik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi partisipan pasif dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukan strategi kampanye *frontliner* melalui kegiatan *juicetalk* cukup berhasil dalam membangun *brand awareness* Re.Juve

Kata Kunci Strategi,*Frontliner*,*Juicetalk*,kampanye,*Brand awareness*

***THE STRATEGY OF FRONTLINER CAMPAIGN THROUGH JUICETALK
ACTIVITY IN BUILDING BRAND AWARENESS RE.JUVE***

MUHAMMAD FARIZ HIDAYAT

ABSTRACT

Healthy living has become a lifestyle mostly in the community today. Re.juve is one of the companies engaged in food & beverages that provide healthy food and beverages. This research discusses the frontliner campaign strategy through the juicetalk activities in building Re.Juve brand awareness. frontliner performs state of being public relations within this company. The objective of the research is to know how the strategy of frontliner in building Re.Juve brand awareness. The method used is descriptive with qualitative approach. Data collection techniques were conducted with in-depth interviews, passive participant observation and literature study. The results show that the frontliner campaign strategy through the juicetalk activities is quite successful in building Re.Juve brand awareness

Keyword Strategy, Frontliner, Juicetalk, campaign, Brand awareness

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan studi strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations* FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang berjudul **“STRATEGI KAMPANYE *FRONTLINER* MELALUI KEGIATAN *JUICETALK* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS RE.JUVE* ”**.

Dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Berterima kasih kepada Allah Subhanahu Wata'ala
2. Kedua orang tua peneliti, Ayah Marullah Ibu Kristianti dan Kaka Adik Saya .
Terima kasih peneliti ucapkan atas segala doa yang telah dipanjatkan serta memberi semangat agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Antar Venus Ma. Comm selaku Dosen Pembimbing utama Dan Dra. Hermina S. Mm selaku Dosen Pembimbing pedamping peneliti. Terima kasih peneliti ucapkan atas segala bimbingan, saran serta kritiknya yang membangun untuk penelitian dan penyelesaian skripsi ini.
4. Damayanti, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
5. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
6. Dr. Antar Venus Ma. Comm Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

7. PT Sewu Segar Primatama sudah diberikan kesempatan untuk menjadi tempat penelitian. Terima kasih peneliti ucapkan atas kesempatan dan kesediaannya dalam membantu melengkapi data penelitian ini.
8. Kepada Pihak Administrasi dan Jajarann

Jakarta, Februari 2018

Peneliti

Muhammad Fariz Hidayat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Fokus Masalah	7
I.3 Pertanyaan Penelitian	7
I.4 Tujuan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian.....	7
I.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORITIS	10
II.1 Penelitian Terdahulu	10
II.2 Definisi Konsep	15
II.2.1 Kampanye	16
II.2.1.1 Model Kampanye.....	18
II.2.2 <i>Public Relations</i>	19
II.2.2.1 Strategi <i>Public Relations</i>	22
II.2.3 <i>Frontliner</i>	25
II.2.4 Citra Merek	26
II.2.5 <i>Brand Awareness</i>	26
II.3 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
III.1 Metode dan Pendekatan Penelitian.....	29
III.2 Sifat Penelitian.....	30
III.3 Penentuan <i>Informan</i>	30
III.4 Pengumpulan Data.....	32
III.4.1 Data Primer	32
III.4.2 Data Sekunder.....	34
III.5 Teknik Analisis Data	34
III.7 Teknik Keabsahan Data.....	35
III.8 Fokus Penelitian	36
III.9 Tempat dan Waktu Penelitian	37
BAB IV PEMBAHASAN	38
IV.1 Gambaran Umum & Objek Penelitian.	38

IV.1.1 Tentang Re.Juve	38
IV.1.2 <i>Profile Perusahaan</i>	38
IV.1.3 Visi Misi Re.Juve	40
IV.1.4 Struktur Organisasi.....	41
IV.1.5 Bidang Perusahaan	42
IV.1.6 Logo Re.Juve.....	45
IV.1.7 <i>Juicetalk</i>	46
IV.2 Hasil Penelitian	46
IV.2.1 <i>juicetalk</i> sebagai kampanye perusahaan.....	46
IV.2.2 Strategi <i>frontliner</i> dalam membangun <i>brand awareness</i>	52
IV.2.3 Model Strategi Kampanye Re.Juve	55
V.4 Pembahasan	59

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan	63
V.2 SARAN	64
V.3 LAMPIRAN	64

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Penghargaan Re.Juve	4
Gambar 2 Kerangka Berfikir	27
Gambar 3 Struktur Organisasi	41
Gambar 4 Logo Re.Juve	45
Gambar 5 Kartu Undangan Re.Juve	46
Gambar 6 Contoh Gambar Buzzing Re.Juve Via Instagram.....	50
Gambar 7 Contoh Gambar Hastag Re.Juve.....	51
Gambar 8 Gambar Model Kampanye.....	53
Gambar 9 Gambar Stand Identitas Re.Juve	55
Gambar 10 Testimoni Customer Re.Juve.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form A.2	A1
Form A.5.....	A3
Surat Riset Perusahaan	A4
Lampiran B Teks Wawancara	B1
Hasil Wawancara	B2
Lampiran C Sertifikat TOEFL.....	C1
Sertifikat	C2
Lampiran D Riwayat Hidup	D1
Lampiran E Dokumentasi	E1