

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan semua sumber informasi dan data yang dikutip dan juga dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Sarah Geraldine
NIM : 1610411213
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Apabila di kemudian hari ditemukan ketidak akuratan dengan pernyataan diatas ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 31 Maret 2023



Sarah Geraldine

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Sarah Geraldine

NIM : 1610411213

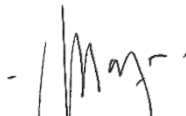
Program Studi : Ilmu Komunikasi / *Public Relations*
/Konsentrasi

Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Dalam
Membangun *BrandAwareness* IndonesiaX
Melalui Aktivitas *Public Relations*

Telah berhasil dipertahankan sebagai persyaratan yang diperlukan untuk dapat memperoleh gelar Sarjana, pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta.

Menyetujui dan Mengetahui

Pembimbing Teori



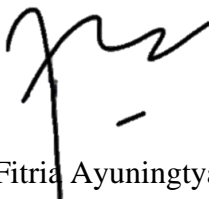
Siti Maryam, Dra.,M.Si.

Pembimbing Penulisan



Irpan Ripa'i Sutowo, SE., Ms.Si.

Ketua Program Studi



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si.

Ditetapkan Tanggal Ujian : Jakarta, 29 Maret 2023

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

[REDACTED]

Sebagai civitas Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sarah Geraldine
NIM : 1610411213
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun *Brand Awareness* IndonesiaX Melalui Aktivitas *Public Relations*

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 15 April 2023

Yang menyatakan



Sarah Geraldine

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat, anugerah dan pimpinan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi Marketing Public Relations Dalam Membangun *Brand Awareness* IndonesiaX Melalui Aktivitas *Public Relations* sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu, mendoakan dan memotivasi dari awal penulisan hingga terwujudnya skripsi ini. Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam skripsi ini, yang disebabkan adanya keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan dukungan berupa saran atau kritik membangun sehingga terciptanya perubahan yang lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Opung dan orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, masukan yang membangun, terlebih doa yang tak pernah putus untuk penulis hingga penulis bisa sampai ke titik ini.
2. Ibu Dra. Siti Maryam M, Si., dan Mas Irpan Ripa'i Sutowo, SE., M.Si., sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang telah sangat banyak membantu penulis dan menuntun penulis, meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Miss Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si yang banyak membantu penulis dalam proses pendaftaran dan penyelesaian skripsi.
4. Tulang Daniel yang amat baik membantu penulis dalam melanjutkan skripsi dan proses perkuliahan.
5. Keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan dan memotivasi penulis agar menyelesaikan skripsi hingga akhir.

6. Nicholas yang selalu berada di sisi penulis dan tak pernah lelah menyemangati dan mendukung penulis hingga pengumpulan skripsi.
7. Geng Balkon yang berisikan Amel, Ria, Riri, Maria, dan Elin yang sudah mengisi hari-hari penulis dari awal masuk kampus sejak tahun 2016.
8. Ibu Lucy Pandjaitan, Ibu Daniella Jesslyn, Ibu Destiur Krisnasari yang meluangkan waktunya untuk diwawancarai terkait penelitian penulis.
9. Teman-teman IndonesiaX yang membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi dan memberi kesan yang tak terlupakan selama penulis ada di IndonesiaX.
10. Jco the shihtzu, yang selalu menemani penulis disaat susah-senang, dan selalu menghibur dan menyemangati penulis.
11. Teman-teman seperjuangan yang sedang menyelesaikan skripsi hingga saat ini.
12. Semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan namanya satu per satu atas segala bantuan dan support yang diberikan pada peneliti.

Kiranya Tuhan saja yang memberkati kita. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada yang membutuhkan dan membantu mengembangkan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	v
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	10
2.1.1 Konsep Penelitian.....	10
a) Marketing Public Relations.....	10
b) <i>Brand Awareness</i>	13
2.1.2 Teori Penelitian	15
a) Teori Marketing Public Relation.....	15
2.2 Kerangka Berpikir	17
BAB III.....	18
3.1. Jenis Penelitian	18
a. Wawancara.....	19
b. Observasi.....	20
3.2 Penentuan Key Informan Dan Informan	21
3.3 Teknik Analisis Data	21
3.3.1 Reduksi Data	22
3.3.2 Penyajian Data.....	22
3.3.3 Kesimpulan dan Verifikasi Data	23
3.4 Tabel Rencana Waktu.....	24
BAB IV	25
4.1.1. Sejarah IndonesiaX.....	25
4.1.2. Tugas dan Fungsi IndonesiaX	26

4.1.3. Visi Misi IndonesiaX.....	27
4.1.4. Logo IndonesiaX.....	27
4.1.5. Lokasi Penelitian.....	28
4.1.5. Struktur Organisasi IndonesiaX.....	28
4.2 Hasil Penelitian.....	30
4.2.1 Pendapat Terkait Kursus Online IndonesiaX.....	30
4.2.2 Perkembangan IndonesiaX Saat ini.....	31
4.2.3 Perbedaan IndonesiaX Dengan Kursus Online Lainnya.....	32
4.2.4 Keunikan Platform Kursus Online IndonesiaX.....	33
4.2.5 Target Peserta IndonesiaX.....	34
4.2.6 Awareness Masyarakat Terhadap IndonesiaX.....	35
4.2.7 Aktivitas Untuk Meningkatkan Minat Pembelajar Terhadap Kursus IndonesiaX.....	36
4.2.8 Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness IndonesiaX.....	38
4.2.9 Strategi Komuniasi Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> IndonesiaX.....	39
4.2.10 Strategi Marketing Public Relation IndonesiaX Melalui Publikasi.....	40
4.2.11 Strategi Marketing Public Relation IndonesiaX Melalui <i>Event</i>	43
4.2.12 Strategi Marketing Public Relation IndonesiaX Melalui <i>Berita</i>	44
4.2.13 Strategi Marketing Public Relation IndonesiaX Melalui <i>Komunitas</i>	45
4.2.14 Strategi Marketing Public Relation IndonesiaX Melalui Informasi.....	46
4.2.15 Strategi Marketing Public Relation IndonesiaX Melalui Pendekatan dan Negosiasi.....	47
4.2.16 Strategi Marketing Public Relation IndonesiaX Melalui Tanggung Jawab Sosial (Social Community).....	49
4.2.17 Pergantian Strategi Marketing Public Relation Dalam Kurun Waktu Tertentu.....	49
4.2.18 Tingkat Kepuasan IndonesiaX Terhadap Jumlah Pembelajar.....	50
4.2.19 Hambatan dan Tantangan.....	51
4.2.20 Harapan Kedepannya Untuk Kursus Online IndonesiaX.....	53
4.3 Pembahasan.....	54
BAB V.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77

5.2 Saran	78
Lampiran 1. Transkrip Wawancara	79
Lampiran 2. Dokumentasi Penelitian	97
Daftar Pustaka	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara	78
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	16
Gambar 2 Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 3 Lokasi Kantor IndonesiAx	29
Gambar 4 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 5 Struktur Organisasi IndonesiAx.....	30
Gambar 6 Contoh Publikasi Kursus Berlangsung IndonesiAx	65
Gambar 7 Contoh Publikasi Peringatan Hari Ibu	66
Gambar 8 Contoh Publikasi Hiburan IndonesiaX	66
Gambar 9 Contoh Event Quarterly Conference IndonesiAx	70
Gambar 10 Contoh IndonesiAx Mengikuti Seminar Nasional Pendidikan Masyarakat Kemendikbud Di Yogyakarta, Sekaligus Menjadi Pembicara Seminar	71