



**PENGARUH STRATEGI *MARKETING* PR ROTI'O DI STASIUN
DALAM MEMBENTUK *BRAND AWARENESS* PENGGUNA
COMMUTER LINE
(Survey Pada Pengunjung Stasiun Jakarta-Kota)**

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

Nama : ABYAN FAUZHANUARI LAKSTIAN
NIM : 1410411185



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



**PENGARUH STRATEGI *MARKETING* PR ROTI'O DI STASIUN
DALAM MEMBENTUK *BRAND AWARENESS* PENGGUNA
*COMMUTER LINE***

(Survey Pada Pengunjung Stasiun Jakarta-Kota)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

ABYAN FAUZHANUARI LAKSTIAN

1410 411 185

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Abyan Fauzhanuari Lakstian

NRP : 1410411185

Tanggal : 9 Januari 2018

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Januari 2018

Yang Menyatakan,



Abyan Fauzhanuari Lakstian

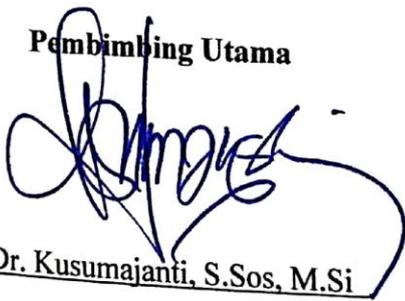
PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Abyan Fauzhanuari Lakstian
NRP : 1410411185
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH STRATEGI *MARKETING* PR ROTI'O DI STASIUN DALAM MEMBENTUK *BRAND AWARENESS* PENGGUNA *COMMUTER LINE* (Survey Pada Pengunjung Stasiun Jakarta-Kota)

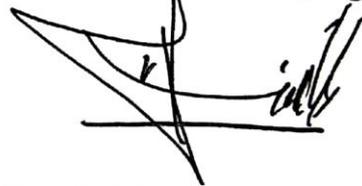
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Utama



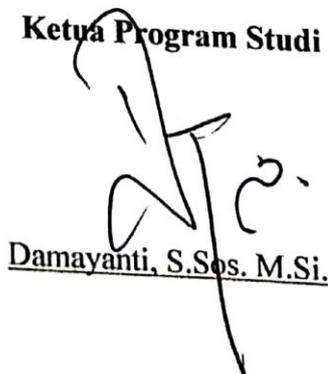
Dr. Kusumajanti, S.Sos, M.Si

Pembimbing Pendamping



Dra. Aniek Irawatie, M.Si

Ketua Program Studi



Damayanti, S.Sos. M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 09 Januari 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: *PENGARUH STRATEGI MARKETING PR ROTI'O DI STASIUN DALAM MEMBENTUK BRAND AWARENESS PENGGUNA COMMUTER LINE* (Survey pada pengunjung Stasiun Jakarta-Kota)

Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program strata-1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Terima kasih kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala
2. Orang Tua Penulis
3. Dosen pembimbing, Ibu Dr. Kusumajanti, S.sos, M.si dan Ibu Dra. Aniek Irawatie, M.si
4. Kaprogdi, ibu Damayanti, S.sos, M.si
5. Wadek 1, ibu Dra. Siti Maryam, M.si
6. Dekan, Bapak Dr. Anter Venus, MA.Comm
7. PT. KAI (DAOP 1) dan Kepala Stasiun Jakarta-Kota
8. Pundhy Audia Tharfie yang selalu membantu dan mendukung penulis, serta Yoshua Sitorus sebagai sahabat dan tidak lupa teman – teman FISIP yang berjuang bersama Fitriyani Susanti dan Diputra Antarjaya.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 2 Januari 2018

Penulis

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Abyan Fauzhanuari Laksian

NRP : 1410411185

Tanggal : 9 Januari 2018

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 berjudul:

“PENGARUH STRATEGI *MARKETING* PR ROTI'O DI STASIUN DALAM MEMBENTUK *BRAND AWARENESS* PENGGUNA *COMMUTER LINE* (Survey Pada Pengunjung Stasiun Jakarta-Kota)”

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 : 9 Januari 2018

Yang Menyatakan,



Abyan Fauzhanuari Laksian

PENGARUH STRATEGI *MARKETING PR* ROTI'O DI STASIUN DALAM MEMBENTUK *BRAND AWARENESS* PENGGUNA *COMMUTER LINE*

(Survei Pada Pengunjung Stasiun Jakarta-Kota)

ABYAN FAUZHANUARI LAKSTIAN

ABSTRAK

Roti'O merupakan suatu makanan yang saat ini disenangi oleh masyarakat yang menggunakan jasa *commuter line*. Roti'O ini sudah buka outlet di banyak stasiun ataupun di mall. Hampir setiap stasiun ada outlet Roti'O dari mulai stasiun Jakarta-Kota outlet pertama kali Roti'O buka hingga stasiun Bogor pun ada outlet Roti'O. Konsumen biasanya membeli suatu produk karena alasan kebutuhan, namun ada alasan atau faktor – faktor lain yang turut serta mempengaruhi sikap dalam pembeliannya. Oleh karena itu perusahaan – perusahaan mulai membuat suatu inovasi terhadap produknya yaitu dengan cara membuat kemasan siap saji dengan kombinasi desain gambar yang menarik sehingga membuat konsumen tertarik untuk membelinya. salah satu cara untuk mengukur pengaruh pemasaran yang diukur oleh kemampuan pelanggan untuk mengenali dan/atau mengingat nama, gambar atau tanda-tanda lain yang terkait dengan merek tertentu. Besar pengaruh strategi *marketing PR* Roti'O dapat menarik ketertarikan konsumen melalui aromanya, kemasannya, bentuknya, pelayanannya dan harga yang terjangkau. Hubungan yang kuat ini berarti terjadi karena masyarakat memiliki kebutuhan akan sebuah pokok yang praktis dan mudah terjangkau yang membuat mereka menjadi merasa terpenuhi kebutuhan apa yang paling tepat untuk mendapatkan sesuatu yang praktis dan terjangkau. Dalam mempromosikan suatu produk atau memperkenalkan suatu produk tidak selalu menggunakan iklan ataupun surat kabar tapi bisa memanfaatkan indera manusia, seperti pada penelitian ini Roti'O mempromosikan produknya dengan cara menonjolkan aroma khas roti tersebut sehingga dapat mempengaruhi khalayak yang di terpa oleh aroma khas tersebut. Ini menunjukkan bahwa Roti'O mempromosikan produknya dengan cara memanfaatkan indera manusia (penciuman).

Kata Kunci : Roti'O, Strategi *Marketing PR*, *Brand Awareness*

**THE INFLUENCE OF ROTI'O PR MARKETING STRATEGY AT THE STATION
IN SHAPING THE BRAND AWARENESS OF USER COMMUTER LINE**

(Survey on Station Visitor of Jakarta-City)

ABYAN FAUZHANUARI LAKSTIAN

ABSTRACT

Roti'O is a food that is currently acceptable by the community who uses the services of the commuter line. Roti'O is already open outlet in many stations or at the mall. Almost every station is no outlet Roti'O from the start station of Jakarta-City outlet first Roti'O Bogor station open until there are any outlet of Roti'O. Consumers typically buy a product for reasons of need, but there are reasons or factors – factors affecting the attitude of participating in his redemption. Therefore the company – the company started to make an innovation against its products by way of making packaging design with a combination of fast image so as to make consumers interested in buying it. one way to measure the influence of marketing as measured by the ability of customers to recognize and/or remember the name, images or other signs associated with certain brands. Great PR marketing strategy Roti'O influence can attract the interest of consumers through its aroma, its packaging, its shape, the ministry and reasonable prices. This means strong relationships occur because society has a need for a basic practical and easy affordable which make them feel fulfilled the needs of what is most appropriate to get something practical and Affordable. In promoting a product or introducing a product does not always use advertising or newspapers but could make use of the human senses, as in this research Roti'O is promoting its products in a manner accentuates the distinctive aroma of bread that could affect a wider audience in terpa by the distinctive aroma. This indicates that Roti'O is promoting its products by way of leveraging the human senses (smell).

Key Words: *Roti'O, PR Marketing Strategy, Brand Awareness*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	4
I.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN TEORITIS	6
II.1 Penelitian Terdahulu	6
II.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	7
II.3 Teori Penelitian.....	14
II.4 Kerangka Berfikir	21
II.5 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
III.1 Metode Penelitian	23
III.2 Rancangan Kuantitatif	24
III.3 Populasi dan Sampel.....	24
III.4 Metode Penarikan Sampel	25
III.5 Deskripsi Variabel	26
III.6 Operasional Variabel	26
III.7 Metode Pengumpulan Data.....	29
III.8 Teknik Analisis Data	30
III.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
III.10 Metode Analisis Data	36
III.11 Uji Hipotesis	38
III.12 Waktu dan Lokasi Penelitian	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
IV.1 Profil Perusahaan	40
IV.2 Deskripsi Data	41

IV.3	Hasil Jawaban Responden	44
IV.4	Analisis Data.....	64
IV.5	Uji Korelasi.....	75
IV.6	Uji Koefisien Determinasi	76
IV.7	Uji Hipotesis	77
IV.8	Pembahasan	77
BAB V PENUTUP		81
V.1	Kesimpulan	81
V.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2	Operasional Variabel X.....	27
Tabel 3	Operasional Variabel Y.....	28
Tabel 4	Skala Pengukuran.....	29
Tabel 5	Uji Validitas Variabel X.....	32
Tabel 6	Uji Validitas Variabel Y.....	34
Tabel 7	<i>Cronbach's Alpha</i>	35
Tabel 8	Uji Reliabilitas Variabel X.....	36
Tabel 9	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	36
Tabel 10	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	39
Tabel 11	Karakteristik Responden (Jenis Kelamin).....	42
Tabel 12	Karakteristik Responden (Usia).....	42
Tabel 13	Karakteristik Responden (Pengguna <i>Commuterline</i>).....	43
Tabel 14	Karakteristik Responden (Membeli Roti'O).....	43
Tabel 15	Karakteristik Responden (Pekerjaan).....	44
Tabel 16	Jawaban Responden Pernyataan 1 Variabel X.....	45
Tabel 17	Jawaban Responden Pernyataan 2 Variabel X.....	45
Tabel 18	Jawaban Responden Pernyataan 3 Variabel X.....	46
Tabel 19	Jawaban Responden Pernyataan 4 Variabel X.....	46
Tabel 20	Jawaban Responden Pernyataan 5 Variabel X.....	47
Tabel 21	Jawaban Responden Pernyataan 6 Variabel X.....	47
Tabel 22	Jawaban Responden Pernyataan 7 Variabel X.....	48
Tabel 23	Jawaban Responden Pernyataan 8 Variabel X.....	48
Tabel 24	Jawaban Responden Pernyataan 9 Variabel X.....	49
Tabel 25	Jawaban Responden Pernyataan 10 Variabel X.....	49
Tabel 26	Jawaban Responden Pernyataan 11 Variabel X.....	50
Tabel 27	Jawaban Responden Pernyataan 12 Variabel X.....	50
Tabel 28	Jawaban Responden Pernyataan 13 Variabel X.....	51
Tabel 29	Jawaban Responden Pernyataan 14 Variabel X.....	51
Tabel 30	Jawaban Responden Pernyataan 15 Variabel X.....	52
Tabel 31	Jawaban Responden Pernyataan 16 Variabel X.....	52
Tabel 32	Jawaban Responden Pernyataan 17 Variabel X.....	53
Tabel 33	Jawaban Responden Pernyataan 18 Variabel X.....	53
Tabel 34	Jawaban Responden Pernyataan 19 Variabel X.....	54
Tabel 35	Jawaban Responden Pernyataan 20 Variabel X.....	54
Tabel 36	Jawaban Responden Pernyataan 21 Variabel X.....	55
Tabel 37	Jawaban Responden Pernyataan 22 Variabel X.....	55
Tabel 38	Jawaban Responden Pernyataan 23 Variabel X.....	56
Tabel 39	Jawaban Responden Pernyataan 24 Variabel X.....	56
Tabel 40	Jawaban Responden Pernyataan 25 Variabel X.....	57
Tabel 41	Jawaban Responden Pernyataan 26 Variabel X.....	57
Tabel 42	Jawaban Responden Pernyataan 27 Variabel X.....	58

Tabel 43	Jawaban Responden Pernyataan 28 Variabel Y	58
Tabel 44	Jawaban Responden Pernyataan 29 Variabel Y	59
Tabel 45	Jawaban Responden Pernyataan 30 Variabel Y	59
Tabel 46	Jawaban Responden Pernyataan 31 Variabel Y	60
Tabel 47	Jawaban Responden Pernyataan 32 Variabel Y	60
Tabel 48	Jawaban Responden Pernyataan 33 Variabel Y	61
Tabel 49	Jawaban Responden Pernyataan 34 Variabel Y	61
Tabel 50	Jawaban Responden Pernyataan 35 Variabel Y	62
Tabel 51	Jawaban Responden Pernyataan 36 Variabel Y	62
Tabel 52	Jawaban Responden Pernyataan 37 Variabel Y	63
Tabel 53	Jawaban Responden Pernyataan 38 Variabel Y	63
Tabel 54	Jawaban Responden Pernyataan 39 Variabel Y	64
Tabel 55	Kategorisasi Hasil Penelitian Dimensi <i>Pull Strategy</i>	65
Tabel 56	Kategorisasi Hasil Penelitian Dimensi <i>Push Strategy</i>	67
Tabel 57	Kategorisasi Hasil Penelitian Dimensi <i>Pass Strategy</i>	68
Tabel 58	Kategorisasi Hasil Penelitian Dimensi <i>Top Of Mind</i>	70
Tabel 59	Kategorisasi Hasil Penelitian Dimensi <i>Brand Recall</i>	71
Tabel 60	Kategorisasi Hasil Penelitian Dimensi <i>Brand Recognition</i>	73
Tabel 61	Kategorisasi Hasil Penelitian Dimensi <i>Unware Of Brand</i>	74
Tabel 62	Nilai Kolerasi	75
Tabel 63	Analisis Nilai Uji Kolerasi	76
Tabel 64	Uji Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Piramida Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	11
Gambar 2 Kerangka Berfikir	21
Gambar 3 Logo Roti'O	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Form A2.2	A1
	Form A5.....	A2
	Surat Permohonan Riset ke PT KAI DAOP1 Cikini.....	A3
	Surat Balasan dari PT KAI DAOP1 Cikini	A4
Lampiran B	Kuesioner.....	B1
Lampiran C	Sertifikat Paduan Suara	C1
	Sertifikat Masa Bimbingan Mahasiswa.....	C2
	Sertifikat <i>Outbound</i>	C3
	Sertifikat <i>Management Event</i>	C4
	Sertifikat <i>Cyber Bullying</i>	C5
Lampiran D	Daftar Riwayat Hidup	D1
Lampiran E	Foto Hasil Penelitian	E1