



**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PERPUSTAKAAN DAN ARSIP DAERAH  
(BPAD) DKI JAKARTA DALAM MENUMBUHKAN *BRAND AWARENESS*  
MASYARAKAT PADA APLIKASI IJAKARTA  
(STUDI KASUS *EVENT INDONESIA INTERNATIONAL BOOK FAIR 2015*)**

**SKRIPSI**

**MUHAMMAD REZA PRATAMA  
1210411119**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
2016**



**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PERPUSTAKAAN DAN ARSIP DAERAH  
(BPAD) DKI JAKARTA DALAM MENUMBUHKAN *BRAND AWARENESS*  
MASYARAKAT PADA APLIKASI IJAKARTA  
(STUDI KASUS *EVENT INDONESIA INTERNATIONAL BOOK FAIR 2015*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Salah Satu Syarat Untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I Ilmu  
Komunikasi**

**MUHAMMAD REZA PRATAMA**

**1210411119**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2016**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Reza Pratama  
NRP : 1210411119  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik  
Tanggal : 25 Juli 2016

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

Jakarta, 25 Juli 2016

Yang menyatakan

A green rectangular stamp with the text "PETERAI SMPH" at the top, a Garuda emblem on the right, and the number "907ADF80177389" in the center. Below the number is the word "000" and "RUPIAH" at the bottom. A handwritten signature in black ink is written across the stamp.

(Muhammad Reza Pratama)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Muhammad Reza Pratama

NRP : 1210411119

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 Komunikasi Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah (BPAD) DKI Jakarta Dalam Menumbuhkan *Brand Awareness* Masyarakat Pada Aplikasi Ijakarta (Studi Kasus *Event Indonesia International Book Fair* 2015)**

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 : 25 Juli 2016  
Yang menyatakan,



(Muhammad Reza Pratama)

## PENGESAHAN

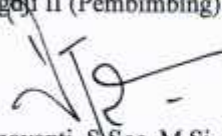
Skripsi diajukan oleh :

Nama : Muhammad Reza Pratama  
NRP : 1210411119  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI BADAN  
PERPUSTAKAAN DAN ARSIP DAERAH (BPAD)  
DKI JAKARTA DALAM MENUMBUHKAN *BRAND*  
*AWARENESS* MASYARAKAT PADA APLIKASI  
IJAKARTA ( STUDI KASUS *EVENT INDONESIA*  
*INTERNATIONAL BOOK FAIR 2015* )

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.

  
Dra. Masayu S. Hanim, M.Si  
Ketua Penguji

  
Dra. Siti Maryam, M.Si  
Penguji I  
  
Dr. Fredy B.L. Tobing  
Dekan / Direktur

  
Dr. Ispawati Asri, MM.  
Pengaji II (Pembimbing)  
  
Damayanti, S.Sos, M.Si  
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 25 Juli 2016

**STRATEGI KOMUNIKASI BADAN PERPUSTAKAAN DAN ARSIP  
DAERAH (BPAD) DKI JAKARTA DALAM MENUMBUHKAN BRAND  
AWARENESS MASYARAKAT PADA APLIKASI IJAKARTA  
(STUDI KASUS *EVENT INDONESIA INTERNATIONAL BOOK FAIR 2015*)**

**Muhammad Reza Pratama**

**ABSTRAK**

Latar belakang penelitian ini adalah untuk membahas strategi komunikasi yang dilakukan Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah (BPAD) DKI Jakarta dalam menumbuhkan brand awareness masyarakat pada aplikasi iJakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah (BPAD) DKI Jakarta dalam menumbuhkan brand awareness masyarakat pada aplikasi iJakarta. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi, dan teori humas pemerintah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa strategi komunikasi Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah (BPAD) DKI Jakarta secara keseluruhan telah berjalan dengan baik yang dinilai dari cara memilih dan menetapkan komunikator, menetapkan targetsasaran dan analisis kebutuhan khalayak, teknik menyusun pesan, memilih media atau saluran komunikasi, produksi media, penyusunan jadwal kegiatan. Hasil penelitian yang telah dilakukan juga menggambarkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan cukup berhasil dalam menumbuhkan brand awareness masyarakat pada aplikasi iJakarta. Hal ini dapat dilihat dari antusias pengunjung yang mendatangi *booth* BPAD serta jumlah masyarakat yang mengunduh aplikasi iJakarta telah melampaui jumlah yang ditargetkan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Brand Awareness.

**THE COMMUNICATION STRATEGY BOARD OF ARCHIVE AND  
LIBRARY DKI JAKARTA REGION IN GROWING SOCIETY BRAND  
AWARENESS TOWARDS IJAKARTA APPLICATION  
(CASE STUDY OF INDONESIA INTERNATIONAL BOOK FAIR 2015)**

**Muhammad Reza Pratama**

**ABSTRACT**

The background of this research is to discuss the communication strategy which is conducted by the Board of archive and Library regional DKI Jakarta in growing society brand awareness towards iJakarta application. The aim of this study is to identify the communication strategy which is conducted by the Board of archive and Library regional DKI Jakarta in growing society brand awareness towards iJakarta application. The theory that is employed in this research is communication theory and government public relations theory. This method of this study is descriptive qualitative research. The method of collecting the data which is used in this research is observation and interviews the correspondence. This research shows that the communication strategy which is conducted by the Board of archive and Library regional DKI Jakarta as a whole has been running well as indicated from the way of deciding and choosing the communicator, deciding public needs analysis and target, message organizing technique, choosing communication channel, media production, organizing activity time table. The result of this study shows that the communication strategy that has been conducted is quite success in growing society brand awareness towards iJakarta application. It can be seen from the enthusiasm of the visitor who came to BPAD booth and the amount of people who have downloaded the application has passed the amount of targeted number.

Keywords: Communication Strategy, Brand Awareness

## KATA PENGANTAR

Dengan puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan hidayahnya sehingga Skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah “ Strategi Komunikasi Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah (BPAD) DKI Jakarta Dalam Menumbuhkan *Brand Awareness* Masyarakat pada Aplikasi iJakarta ( Studi Kasus *Event Indonesia International Book Fair 2015* ) ” Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Ispawati Asri, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 25 Juni 2016

Muhammad Reza Pratama

## DAFTAR ISI

|                                                                   |        |
|-------------------------------------------------------------------|--------|
| HALAMAN JUDUL.....                                                | i      |
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....                                     | ii     |
| PERNYATAAN PESETUJUAN PUBLIKASI.....                              | iii    |
| ABSTRAK .....                                                     | iv     |
| ABSTRACT.....                                                     | v      |
| KATA PENGANTAR .....                                              | vi     |
| DAFTAR ISI.....                                                   | vii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                               | ix     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                              | x      |
| <br>BAB I PENDAHULUAN .....                                       | <br>1  |
| I.1 Latar Belakang .....                                          | 1      |
| I.2 Rumusan Masalah .....                                         | 5      |
| I.3 Tujuan Penelitian.....                                        | 5      |
| I.4 Manfaat Penelitian.....                                       | 5      |
| I.5 Sistematika Penulisan.....                                    | 5      |
| <br>BAB II KAJIAN TEORITIS.....                                   | <br>7  |
| II.1 Teori Dasar .....                                            | 7      |
| II.1.1 Komunikasi .....                                           | 7      |
| II.1.2 Fungsi Komunikasi .....                                    | 8      |
| II.1.3 Tujuan Komunikasi .....                                    | 10     |
| II.1.4 Proses Komunikasi .....                                    | 11     |
| II.1.5 Humas Pemerintah .....                                     | 11     |
| II.2 Definisi Konsep.....                                         | 17     |
| II.2.1 Strategi Komunikasi .....                                  | 17     |
| II.2.2 <i>Brand Awareness</i> .....                               | 23     |
| II.2.3 iJakarta .....                                             | 24     |
| II.2.4 <i>Event</i> .....                                         | 25     |
| II.3 Kerangka Berpikir .....                                      | 27     |
| <br>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....                            | <br>29 |
| III.1 Pendekatan Penelitian .....                                 | 29     |
| III.2 Jenis Penelitian.....                                       | 29     |
| III.3 Teknik Pengumpulan Data .....                               | 30     |
| III.4 Penentuan <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i> .....     | 31     |
| III.5 Teknik Analisis Data.....                                   | 33     |
| III.6 Teknik Keabsahan Data .....                                 | 33     |
| III.7 Waktu Dan Tempat Penelitian .....                           | 34     |
| III.8 Fokus Penelitian .....                                      | 34     |
| <br>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN                        |        |
| IV.1 Sejarah Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah DKI Jakarta..... | 37     |
| IV.1.1 Visi BPAD DKI Jakarta .....                                | 38     |
| IV.1.2 Misi BPAD DKI Jakarta .....                                | 38     |

|                                                                        |        |
|------------------------------------------------------------------------|--------|
| IV.1.3 Tugas Pokok Dan Fungsi BPAD DKI Jakarta .....                   | 38     |
| IV.2 Hasil Penelitian .....                                            | 39     |
| IV.2.1 Memilih Dan Menetapkan Komunikator .....                        | 42     |
| IV.2.2 Menetapkan Target Sasaran Dan Analisis Kebutuhan Khalayak ..... | 47     |
| IV.2.3 Teknik Penyusunan Pesan.....                                    | 52     |
| IV.2.4 Memilih Media Atau Saluran Komunikasi .....                     | 56     |
| IV.2.5 Produksi Media .....                                            | 62     |
| IV.2.6 Penyusunan Jadwal Kegiatan.....                                 | 66     |
| IV.3 Pembahasan .....                                                  | 68     |
| <br>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                    | <br>80 |
| V.1 Kesimpulan.....                                                    | 80     |
| V.2 Saran.....                                                         | 81     |
| <br>DAFTAR PUSTAKA .....                                               | <br>83 |
| LAMPIRAN                                                               |        |

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model komunikasi AIDDA

Gambar 2. Kerangka Berpikir

Gambar 3. Abang None Buku yang berperan sebagai komunikator

Gambar 4. Abang None Buku yang bertugas dalam IIBF 2015

Gambar 5. *Big Screen* yang menarik perhatian pengunjung

Gambar 6. Denah lokasi (*layout*) IIBF 2015

Gambar 7. Penyediaan PC untuk pengunjung

Gambar 8. Brosur yang dibagikan kepada pengunjung

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|             |                                                    |
|-------------|----------------------------------------------------|
| Lampiran 1  | Daftar Riwayat Hidup                               |
| Lampiran 2  | Form Tanda Persetujuan Skripsi (A.5)               |
| Lampiran 3  | Form Kegiatan Konsultasi (A2.2)                    |
| Lampiran 4  | Surat Riset                                        |
| Lampiran 5  | Surat Keterangan Selesai Riset                     |
| Lampiran 6  | Ijasah SMA                                         |
| Lampiran 7  | KHS                                                |
| Lampiran 8  | Print Out Pembayaran Mahasiswa                     |
| Lampiran 9  | TOEFL                                              |
| Lampiran 10 | Surat Keterangan Bebas Pinjaman Perpustakaan FISIP |
| Lampiran 11 | Draft Wawancara                                    |