



Judul Tugas Akhir Skripsi :

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PR AGENCY DALAM
MENINGKATKAN EKSISTENSI SELAMA PANDEMI COVID-19 (STUDI
KASUS MEDIA BUFFET PR)**

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

Nama : Kiki Rizki Larasati

NIM : 1810411014



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
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 dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Kiki Rizki Larasati

NRP : 1810411014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 25 Maret 2022

Yang menyatakan



Kiki Rizki Larasati

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Kiki Rizki larasati


NRP : 1810411014

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PR AGENCY
DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSI SELAMA PANDEMI COVID-19
(STUDI KASUS MEDIA BUFFET PR)

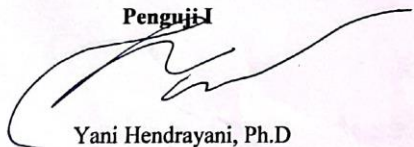
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing I



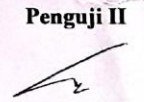
Dr. Kusumajanti, M.Si

Penguji I



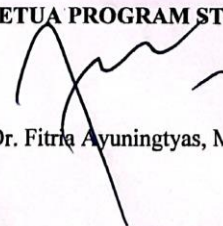
Yani Hendrayani, Ph.D

Penguji II



Windhiadi Yoga Sembada, M.Si

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 13 April 2022

**PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai citivas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kiki Rizki Larasati
NIM : 1810411014
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti 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 PEMASARAN PR AGENCY DALAM
MENINGKATKAN EKSISTENSI SELAMA PANDEMI COVID-19 (STUDI
KASUS MEDIA BUFFET PR)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan 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 Maret 2022

Yang menyatakan,



Kiki Rizki Larasati

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul *Strategi Komunikasi Pemasaran Pr Agency Dalam Meningkatkan Eksistensi Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Media Buffet Pr)* dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian skripsi ini dibuat guna sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Pada kesempatan ini dengan segala hormat, perkenankan peneliti untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung proses penyelesaian penelitian ini, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Dr. Kusumajanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang membantu meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan yang membangun untuk peneliti selama proses penyusunan skripsi ini
2. Windhiadi Yoga Sembada, S.Ikom., M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa memberikan kritik, masukan, dan saran yang membangun serta bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi ini
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
4. Dr. Fitria Ayuningtyas S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Orang tua dan keluarga lainnya yang selalu memberikan semangat , dukungan, dan doa yang tidak pernah putus selama peneliti menyusun skripsi ini
6. Teman-teman yang telah menemani dari semester 1 hingga sekarang yaitu Syena Meuthia, Nabila Gadis Caisa, Nabila Thalita Fadis, Rahadatul 'Aisyh Khalda Noor Hamzah, dan Laras Sari Jadra Sahabat, yang selalu menjadi

tempat cerita, selalu ada untuk bertukar pikiran, saling mendukung dan memberikan semangat hingga penelitian ini dapat terselesaikan

7. Media Buffet PR yang telah mengizinkan peneliti untuk menjadikannya objek penelitian, memberikan data-data pendukung, dan memberikan kemudahan dalam proses penyusunan skripsi ini
8. Dimas Handy Wibisana selaku pendamping peneliti yang selalu hadir, memberi semangat serta dukungan penuh dan membantu peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini
9. Semua orang yang terkait dengan Kartu Jakarta Mahasiswa Unggul sehingga peneliti dapat menyelesaikan pendidikan S1 dengan biaya dari Pemprov DKI Jakarta
10. Terakhir untuk diri sendiri, terima kasih sudah berjuang hingga akhir, menjadi cucu pertama almarhumah nenek dari mama yang bergelar S1, sebelumnya tidak pernah terbayangkan bisa melangkah sejauh ini, dan saya bangga akan hal itu.

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah peneliti kerjakan dengan maksimal ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga nantinya dapat meningkatkan mutu penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Atas perhatiannya, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 25 Maret 2022



Kiki Rizki Larasati

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PR AGENCY DALAM
MENINGKATKAN EKSISTENSI SELAMA PANDEMI COVID-19 (STUDI
KASUS MEDIA BUFFET PR)**

KIKI RIZKI LARASATI

ABSTRAK

Diawal pandemi covid-19 membuat banyak bidang industri terdampak, salah satunya Media Buffet PR yang tahun ini baru akan memasuki usia ke 5 tahun. Media Buffet harus mengalami penurunan kegiatan dan kesulitan dalam mendapatkan klien baru karena berkurangnya mobilitas akibat peraturan pembatasan aktivitas. Semua kegiatan yang Media Buffet lakukan pun mau tidak mau harus beradaptasi secara online, belum lagi persaingan yang ketat antar agensi pr di Jakarta membuat Media Buffet harus melakukan strategi untuk meningkatkan eksistensi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang berfokus pada strategi komunikasi pemasaran Media Buffet PR dalam meningkatkan eksistensi perusahaan. Informan penelitian ini berjumlah 5 orang yang dipilih dengan kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan model *integrated marketing communications* (IMC). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam, observasi dan studi pustaka dalam bentuk deskriptif.

Hasil dari penelitian ini adalah Media Buffet melakukan strategi iklan secara organik, pemasaran langsung menggunakan metode pitching, pemasaran interaktif yang berfokus pada *website* dan platform sosial media yang dikelola oleh tim digital marketing internal, promosi penjualan melalui pemotongan harga dan bonus, serta menggunakan *public relations*. Selain itu, sebagai pelengkap Media Buffet juga menggunakan strategi tambahan yaitu *word of mouth*.

Kata Kunci : Konsultan PR, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Integrated Marketing Communications*

**PR AGENCY MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN
INCREASING EXISTENCE DURING THE COVID-19 PANDEMIC (CASE
STUDY OF MEDIA BUFFET PR)**

KIKI RIZKI LARASATI

ABSTRACT

At the beginning of the COVID-19 pandemic, many industrial fields were affected, one of which was Media Buffet PR, which this year will only enter its 5th year. Media Buffet had to experience decreased activity and difficulty in getting new clients due to reduced mobility due to activity restriction regulations. All the activities that Media Buffet does, inevitably have to adapt online, not to mention the intense competition between PR agencies in Jakarta, making Media Buffet have to implement strategies to increase the company's existence.

This study uses a qualitative method with a case study approach that focuses on Media Buffet PR's marketing communication strategy in increasing the company's existence. The informants of this study were 5 people who were selected with certain criteria. This study uses an integrated marketing communications (IMC). This research uses in-depth interview data collection techniques, observation and literature study in descriptive form.

The results of this study are that Media Buffet uses an organic advertising strategy, direct marketing using the pitching method, interactive marketing that focuses on website and social media platforms managed by the internal digital marketing team, sales promotion through price cuts and bonuses, and uses public relations. In addition, as a complement to Media Buffet, it also uses an additional strategy, namely word of mouth.

Keywords: PR Consultant, Marketing Communication Strategy, Integrated Marketing Communications

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR BAGAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.4.1 Tujuan Praktis	9
1.4.2 Tujuan Teoritis	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Akademis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Konsep Penelitian.....	12
2.1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.1.2 Konsultan <i>Public Relations</i>	15
2.1.3 Eksistensi Bagi Perusahaan.....	18

2.1.4	Teknik Mendapatkan Klien.....	20
2.2	Model IMC (<i>Integrated Marketing Communications</i>).....	22
2.3	Kerangka Pemikiran	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN	29
3.1	Objek Penelitian	31
3.2	Jenis Penelitian	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4	Sumber Data	37
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	39
3.7	Tabel Rencana Waktu.....	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1	Hasil Penelitian.....	41
4.1.1	Informan.....	41
4.1.2	Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2	Pembahasan	54
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Media Buffet PR Sesuai <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i>	55
4.2.2	Strategi IMC Yang Tidak Dilakukan Media Buffet PR.....	74
4.2.3	Strategi <i>Word Of Mouth</i>	75
BAB V	77
PENUTUP	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran	78
5.2.1	Saran Praktis	78
5.2.2	Saran Teoritis	79

DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Pikiran.....	28
Tabel 2. Waktu Penelitian	40
Tabel 3 Informan Penelitian.....	41
Tabel 4 Keyword Khusus Yang Digunakan Media Buffet PR	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tantangan PR Selama Covid-19	1
Gambar 2 Klien Media Buffet PR.....	6
Gambar 3 Marketing Mix Philip Kotler	14
Gambar 4 Logo Media Buffet PR	33
Gambar 5 Kegiatan Media Buffet PR Secara Hybrid	44
Gambar 6 Keberadaan Media Buffet Dalam Halaman Google	56
Gambar 7 Tampilan <i>Google My Business</i> Media Buffet PR	61
Gambar 8 <i>Review</i> Klien Media Buffet PR	62
Gambar 9 Tampilan <i>Website</i> Media Buffet PR.....	63
Gambar 10 Tampilan Media Buffet PR Pada Sortlist.....	64
Gambar 11 Sosial Media Yang Dimiliki Media Buffet PR	65
Gambar 12 Linked In Bima Marzuki CEO Media Buffet PR.....	67
Gambar 13 Diskon Yang Diberikan Media Buffet PR	68
Gambar 14 Paket Kesehatan Yang Diberikan Media Buffet PR.....	70
Gambar 15 Testimoni Paket Kesehatan Dari Jurnalis.....	70
Gambar 16 Artikel Mengenai Hasil Survei Media Buffet PR	71
Gambar 17 CSR Yang Dilakukan Media Buffet PR.....	72
Gambar 18 Hasil Wawancara Bima Marzuki Untuk Majalah PR Indonesia.....	73
Gambar 19 Bima Marzuki Sebagai Pembicara Event Komunikasi	74

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Jumlah Klien Media Buffet PR.....	2
Bagan 2 Struktur Perusahaan Media Buffet PR.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	84
Lampiran 2 Transkrip Data dan Coding.....	86
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian.....	121
Lampiran 4 Riwayat Hidup.....	124