

MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN

CITRA PERMATA BUANA COFFEE MELALUI AKUN

INSTAGRAM @perbuncoffee

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi.



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2023

MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN

CITRA PERMATA BUANA COFFEE MELALUI AKUN

INSTAGRAM @perbuncoffee

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi.



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2023

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 08 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



(Nisya Nadila)
190900074

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Nisya Nadila
NIM : 190900074
JUDUL : *Marketing Public Relations* Dalam Membangun Citra
Permata Buana *Coffee* Melalui Akun Instagram
@Perbuncoffee
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 08 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Sandra Olifia, M.Si.)

(Helen Olivia, S.I.Kom, M.I.Kom.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom.)

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Nisya Nadila
NIM : 190900074
JUDUL : *Marketing Public Relations* Dalam Membangun Citra

Permata Buana *Coffee* Melalui Akun Instagram

@Perbuncoffee

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 08 Agustus 2023

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Helen Olivia, S.I.Kom, M.I.Kom.)

Penguji I

(Bertha Komala Sinambela, M.Si)

Penguji II

((Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom.)

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Nisya Nadila
NIM : 190900074
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat
Marketing Public Relations Dalam Membangun Citra Permata Buana *Coffee*
Melalui Akun Instagram @Perbuncoffee
Jumlah Halaman : XV + 165 halaman + lampiran
Bibliografi : 30 Buku; 13 Jurnal; 7 Thesis; 1 Artikel Internet

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai adanya pelanggan yang membawa alkohol kedalam Permata Buana *Coffee*. Hal tersebut, menyebabkan citra *coffeeshop* menjadi buruk. Permata Buana *Coffee* membangun citranya kembali melalui media instagram sebagai media publikasi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui *Marketing Public Relations* Dalam Membangun Citra Permata Buana *Coffee* Melalui Akun Instagram @perbuncoffee.

Teori yang digunakan adalah Teori Kendali Organisasi yang menjelaskan bahwa dalam *Marketing Public Relations* bertugas untuk menyampaikan pesan organisasi yang efektif dalam membangun citra Permata Buana *Coffee*. Landasan Konseptual terdiri dari Komunikasi, *Public Relations*, *Marketing Public Relations*, Promosi, Citra, Media Sosial, Instagram dan *Coffeeshop*.

Pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Kualitatif, Paradigma Post-Positivisme yang menggunakan Metode Penelitian Studi Kasus, Sifat Penelitian Deskriptif dan menggunakan Teknik Pengumpulan data berupa Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Hasil pada penelitian ini, menunjukkan bahwa dari 7 (tujuh) kegiatan tolak ukur *Marketing Public Relations*, penelitian ini hanya menggunakan 6 (enam) kegiatan saja yaitu, *Publikasi*, Acara, Berita, Identitas Media, *Sponsorship* dan Kegiatan Sosial, tanpa menjalani kegiatan Pidato di Permata Buana *Coffee*.

Kegiatan *Marketing Public Relations* yang sering digunakan dalam membangun citra Permata Buana *Coffee* ini yaitu *Publikasi* dan Acara. Dengan adanya permasalahan dalam penelitian ini, di harapkan kejadian tersebut tidak dapat terjadi kembali.

Kata Kunci : *Marketing Public Relations*, Instagram, Teori Kendali Organisasi
Pembimbing I : Helen Olivia, S.I.Kom, M.I.Kom
Pembimbing II : Sandra Olifia, M.Si.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Name : Nisya Nadila
Student Registration Number : 190900074
Field Of Study : Communication Studies
Specialization : Public Relations
Marketing Public Relations in Building Permata Buana Coffee's Image Through the Instagram Account @Perbuncoffee
Number Of Pages : XV + 165 Pages + Attachment
Bibliography : 30 Books; 13 Journals; 7 Thesis; 1 Internet Articles

ABSTRACT

This research discusses the existence of customers who bring alcohol into Permata Buana Coffee. This causes the image of the coffee shop to be bad. Permata Buana Coffee is rebuilding its image through Instagram media as a publication medium. The purpose of this study is to find out Marketing Public Relations in Building the Citra of Permata Buana Coffee through the Instagram @perbuncoffee.

The theory used is Organizational Control Theory which explains that in Marketing Public Relations the task is to convey organizational messages that are effective in building the image of Permata Buana Coffee. The Conceptual Foundation consists of Communication, Public Relations, Marketing Public Relations, Promotion, Image, Social Media, Instagram and Coffeeshop.

The approach used is a Qualitative Approach, the Post-Positivism Paradigm which uses the Case Study Research Method, the nature of the descriptive research and uses data collection techniques in the form of observation, interviews and documentation.

The results of this study show that of the 7 (seven) Marketing Public Relations benchmark activities, this study only used 6 (six) activities, namely, Publications, Events, News, Media Identity, Sponsorship and Social Activities, without undergoing Speech activities at Permata Buana Coffee.

Marketing Public Relations activities that are often used in building the image of Permata Buana Coffee are Publications and Events. With the problems in this study, it is hoped that this incident will not happen again.

Keyword : Marketing Public Relations, Instagram, Organizational Control Theory.

Mentor I : Helen Olivia, S.I.Kom, M.I.Kom

Mentor II : Sandra Olifia, M.Si.