



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI DIVISI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* CNN  
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND*  
*AWARENESS* MELALUI *EVENT MEET UP GOES TO CAMPUS*  
TAHUN 2023**

**SKRIPSI**

**JIEFFA NURHALIZA**

**203516516087**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

***THE STRATEGY OF CNN INDONESIA'S MARKETING PUBLIC  
RELATIONS DIVISION IN INCREASING BRAND AWARENESS  
THROUGH THE MEET UP GOES TO CAMPUS EVENT IN 2023***

**THESIS**

Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor of Communication  
Science (S.I.Kom) degree

**JIEFFA NURHALIZA**

**203516516087**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

**2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI DIVISI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* CNN  
INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND*  
*AWARENESS* MELALUI *EVENT MEET UP GOES TO CAMPUS*  
TAHUN 2023**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.kom)

**JIEFFA NURHALIZA**

**203516516087**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM  
STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jieffa Nurhaliza

NPM : 203516516087

Judul : Strategi Divisi *Marketing Public Relations* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui *Event Meet Up Goes To Campus* Tahun 2023

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan memaparan hasil saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 29 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Jieffa Nurhaliza

## PENGESAHAN SKRIPSI

 PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Jieffa Nurhaliza  
NPM : 203516516087  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Divisi Marketing Public Relations CNN  
Indonesia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui  
Event Meet Up Goes To Campus Tahun 2023  
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

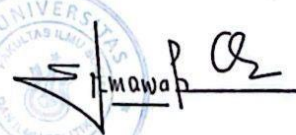
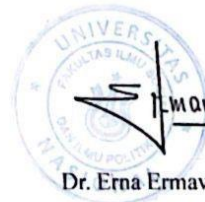
Disetujui untuk disahkan,  
Jakarta, 28 Februari 2024

Dosen Pembimbing



Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

## HALAMAN PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Jieffa Nurhaliza

NPM : 203516516087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Divisi Marketing Public Relations CNN Indonesia  
Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Event Meet  
Up Goes To Campus Tahun 2023

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

#### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

Penguji I : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Penguji II : Nursatyo, S.Sos., M.Si



Ditetapkan : Jakarta

Tanggal : 26 Februari 2024

## FORMULIR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

### LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Jieffa Nurhaliza  
NPM : 203516516087  
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang : 19 Februari 2024

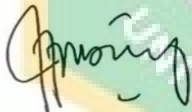


#### JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

STRATEGI DIVISI MARKETING PUBLIC RELATIONS CMN INDONESIA  
DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI EVENT  
MEET UP GOES TO CAMPUS TAHUN 2023

#### JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

THE STRATEGY OF CMN INDONESIA'S MARKETING PUBLIC  
RELATIONS DIVISION IN INCREASING BRAND AWARENESS  
THROUGH THE MEET UP GOES TO CAMPUS EVENT IN 2023

#### TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 26 Februari 2024	TGL: 1 Maret 2024	TGL: 27 Februari 2024
		

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Illahi Rabbi Allah SWT dan kepada Rasulullah Muhammad SAW atas kasih sayang dan karunia-Nya yang tidak lekang oleh waktu, sehingga berkah, Rahmat, dan kemudahan selalu tercurah kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Segala kendala dan tantangan baik dalam diri sendiri maupun dari Lingkungan sekitar harus peneliti hadapi selama proses pengerjaan skripsi ini. Namun, atas Rahmat-Nya yang berlimpah, membuat peneliti mampu melewati tantangan tersebut dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Divisi Marketing Public Relations CNN Indonesia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Event Meet Up Goes To Campus Tahun 2023”**. Karya tulis skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi, Bidang Studi *Public Relations*.

Pada kesempatan ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Ernawati Chotim, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional serta Ketua Sidang Skripsi.
4. Bapak Dr.(C) Angga Sulaiman S.I.P., M.A.P selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.



6. Ibu Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji 1 yang senantiasa memberikan saran dan masukan pada saat melakukan sidang skripsi.
7. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 2 yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dan meluangkan waktu serta kesabaran selama melakukan proses bimbingan baik di area kampus maupun luar kampus.
8. Seluruh staff dosen Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik terutama Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti jalannya perkuliahan.
9. Bapak Frederick Freinademetz Jebeda selaku Head of Marketing & Business, Cinthia Kusuma Rani, dan Anggaraksa Adwitiya Arrazy selaku *Marketing public relations* yang bersedia untuk saya wawancarai.
10. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Jimmy Chandra dan Ibu Efa Nurizati tercinta yang telah senantiasa mendidik, merawat, membantu, memberikan dorongan, perhatian, serta doa restu yang diberikan kepada penulis selama menempuh perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
11. Adik tersayang Muhammad Rafi Almaliki atas dorongan yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Sandy Yudha, seseorang yang selalu menemani, memberikan semangat, doa, dan dukungan bagi penulis.
13. Kepada teman seperjuangan saya, Rafa Yuliana, Rapida Omas S, Saskia Julianti, Puteri Shelyana, Adinda Pratiwi P, Nadya Tantri U, dan Vida Azizah yang telah mendengarkan keluh kesah dan mewarnai hari-hari saya selama berkuliah di Universitas Nasional.
14. Kepada sahabat tercinta, Rika Juliana, Kinanti Aulia, Falia Nisrina, Tri Pratiwi, Winanda Mawar, Shafania Salsabil, dan Riskyta Fajriyah yang selalu membantu, mendukung, dan menghibur penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepannya. Penulis juga berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 24 Januari 2024

Penulis



Jieffa Nurhaliza

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jieffa Nurhaliza  
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516087  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif** (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

*Strategi Divisi Marketing Public Relations CNN Indonesia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Event Meet Up Goes To Campus Tahun 2023.*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengahlimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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 : 29 Januari 2024

Yang menyatakan



(Jieffa Nurhaliza)

## ABSTRAK

Nama : Jieffa Nurhaliza

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Divisi *Marketing Public Relations* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui *Event Meet Up Goes To Campus* Tahun 2023

Pembimbing : Nursatyo, S.Sos., M.Si

*Marketing public relations* mempunyai peran yang dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan dengan merencanakan dan melaksanakan acara untuk meningkatkan ekposur merek dan keterlibatan dengan audiens. Penelitian ini menggunakan teori *Excellence in Public Relations* dengan metode Two Ways Symmetrical yang dikembangkan James E. Grunig dan Hunt. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi divisi *marketing public relations* CNN Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* melalui *event Meet up*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini, divisi *marketing public relations* CNN Indonesia menggunakan beberapa strategi seperti menentukan tujuan dan sasaran, memilih tema dan konsep yang menarik, melakukan kolaborasi dengan pihak kampus, menyelenggarakan aktivitas dan program yang menarik, menentukan sponsor, melakukan kolaborasi dengan content creator atau influencer, serta mempunyai publikasi dengan pihak kampus. Pada tahun 2023, *marketing public relations* CNN Indonesia berhasil melakukan *event Meet up* di lima universitas di Indonesia seperti Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Universitas Udayana, Universitas Lampung, dan Universitas Bunda Mulia.

### Kata Kunci:

**Strategi, *Marketing public relations*, *Brand awareness*, CNN Indonesia, *Event*.**

## **ABSTRACT**

*Name* : Jieffa Nurhaliza  
*Study Program* : Communication Science  
*Title* : *The Strategy of CNN Indonesia's Marketing Public Relations Division's in Increasing Brand Awareness through The Meet up Goes to campus Event in 2023*  
*Mentor* : Nursatyo, S.Sos., M.Si

*Marketing public relations has a role that can increase the company's brand awareness by planning and implementing events to increase brand exposure and engagement with audiences. This research uses the theory of Excellence in Public Relations with the Two Ways Symmetrical method developed by James E. Grunig and Hunt. The purpose of this research is to find out how the strategy of CNN Indonesia's marketing public relations division in increasing brand awareness through the Meet up event. This research uses a qualitative approach research method. Data collection in this study used in-depth interviews, and documentation. The results of this study, CNN Indonesia's marketing public relations division uses several strategies such as determining goals and objectives, choosing interesting themes and concepts, collaborating with the campus, organizing interesting activities and programs, determining sponsors, collaborating with content creators or influencers, and having publications with the campus. In 2023, CNN Indonesia's marketing public relations successfully conducted Meet up events at five universities in Indonesia such as Muhammadiyah University of East Kalimantan, Sepuluh Nopember Institute of Technology, Udayana University, Lampung University, and Bunda Mulia University.*

**Keywords:**

***Strategy, Marketing public relations, Brand awareness, CNN Indonesia, Event.***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>FORMULIR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Teori <i>Excellence in Public Relations</i> .....	15
2.3 <i>Marketing public relations</i> .....	17
2.4 Strategi <i>Marketing public relations</i> .....	21
2.5 <i>Brand awareness</i> .....	24
2.6 <i>Event</i> .....	28
2.7 Kerangka Pemikiran .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>

3.1	Jenis Penelitian .....	31
3.2	Metode Penelitian.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4	Subyek dan Objek Penelitian.....	33
3.5	Penentuan Informan.....	34
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	35
3.7	Teknik Analisis Data .....	36
3.8	Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>38</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	38
4.1.1	Sejarah CNN Indonesia .....	38
4.1.2	Logo CNN Indonesia .....	39
4.1.3	Tagline CNN Indonesia.....	40
4.1.4	Visi dan Misi CNN Indonesia .....	40
4.1.5	Struktur Organisasi.....	41
4.2	Hasil Penelitian.....	43
4.2.1	<i>Marketing public relations</i> di CNN Indonesia .....	43
4.2.2	Penyelenggaraan <i>Event Meet up</i> Tahun 2023 .....	48
4.2.3	Strategi Divisi <i>Marketing public relations</i> CNN Indonesia Dalam Meningkatkan <i>Brand awareness</i> .....	61
4.2.4	Hambatan Saat Melakukan <i>Event Meet up</i> CNN Indonesia .....	70
4.3	Pembahasan .....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>80</b>
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran .....	82
5.2.1	Saran bagi CNN Indonesia .....	82
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>		<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3. 1 Waktu penelitian .....	38
Tabel 4. 1 Organisasi CNN Indonesia.....	42





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sumber Informasi Masyarakat .....	2
Gambar 1. 2 Media yang Paling Banyak di Akses Mingguan .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1 Logo CNN Indonesia.....	40
Gambar 4. 2 <i>Event Meet up</i> di Universitas Lampung, kota Bandar Lampung .....	53
Gambar 4. 3 <i>Event Meet up</i> di Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya .....	56
Gambar 4. 4 <i>Event Meet up</i> di Universitas Bunda Mulia.....	56
Gambar 4. 5 <i>Event Meet up</i> di Univesitas Muhammadiyah Kalimantan Timur ...	58
Gambar 4. 6 <i>Event Meet up</i> di Universitas Udayana, Bali, Kota Denpasar.....	60

