

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION SUCRE BY SHEILA
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi
(S.I.KOM)**

**Siti Rahma Safitri
NPM 193516516570**

**KONSENTRASI HUMAS PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

2022

**SUCRE BY SHEILA PUBLIC RELATIONS MARKETING STRATEGY IN
INCREASING THE NUMBER OF CONSUMERS**



SKRIPSI

**Submitted as one to obtain the degree Sarjanah Ilmu Komunikasi
(S.I.KOM)**

SITI RAHMA SAFITRI

193516516570

**PR CONCENTRATION OF COMMUNICATION STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
NATIONAL UNIVERSITY**

2022



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

FORMULIR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa	:	Siti Rahma Safitri
NPM	:	193516516570
Konsentrasi Studi	:	Public Relations
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Proposal Skripsi	:	STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SUCRE BY SHEILA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
Dosen Pembimbing	:	Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Disetujui untuk Sidang Proposal Skripsi,

Jakarta, 06 Oktober 2022

Dosen Pembimbing,

(Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si)



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Siti Rahma Safitri
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516570
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION SUKRE BY
SHEILA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 27 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 6 Maret 2023

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Penguji I : Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

Penguji II : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.



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

FORMULIR

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Siti Rahma Safitri
NPM : 193516516570
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SUCRE BY SHEILA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN
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, 6 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Dekan

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORUSINILITAS

saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Rahma Safitri

NPM : 193516516570

Judul skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SUKRE BY
SHEILA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN.

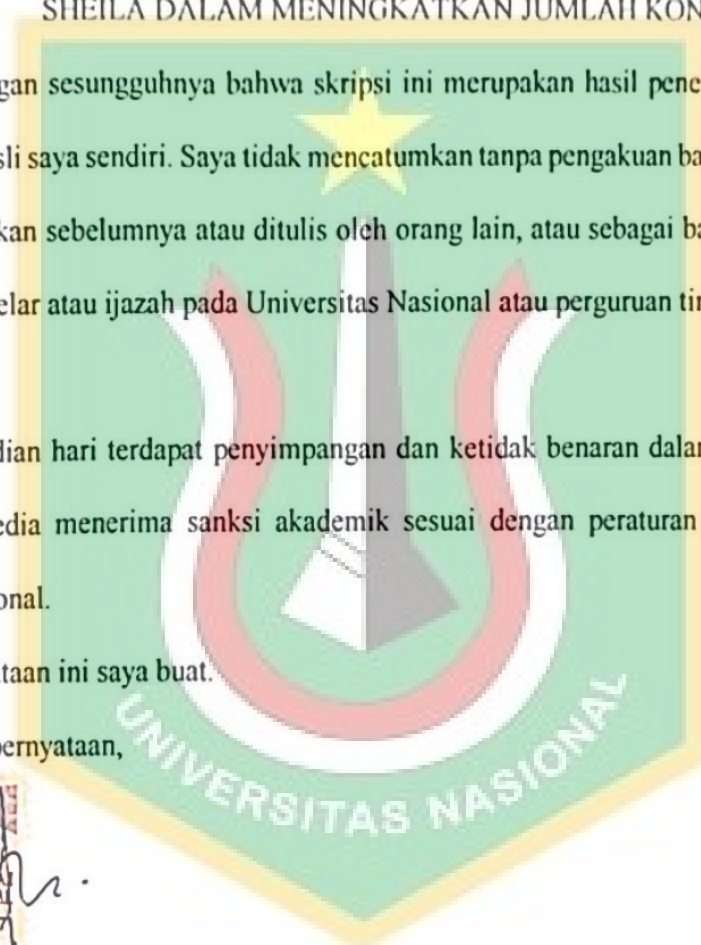
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencatumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah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

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

Demikian pernyataan ini saya buat.

Yang membuat pernyataan,


Siti Rahma Safitri



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Siti Rahma Safitri
NPM : 193516516570
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS SUKRE BY SHEILA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 Drs. Adi Prakosa, M.Si 
Pembimbing I/Penguji I Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si. 
Pembimbing II/Penguji II Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si 


Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 /Maret/2023

UNIVERSITAS NASIONAL


ABSRTAK

Kata Kunci	Abstrak
<p data-bbox="252 499 719 636">Strategi Marketing Public Relations Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen</p> 	<p data-bbox="805 499 1348 1960"><i>Marketing Public Relations (MPR)</i> merupakan bagian dari Strategi pemasaran dan strategi bisnis, secara keseluruhan sebagai penghubung antara pelaku bisnis dengan konsumennya dan masyarakat luas dengan memberikan informasi. <i>Sucre By Sheila</i> adalah salah satu <i>Brand</i> yang dikeluarkan oleh PT <i>Sucre Indo Kuliner</i>, sebagai <i>Brand dessert box</i>, seperti yang kita ketahui di era modern ini produk makanan penutup sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia dan kebutuhan akan makanan <i>dessert box</i> sangat tinggi peminatnya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana <i>Strategi Marketing Public Relations</i> <i>sucre by Sheila</i> Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen Pendekatan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Wawancara dan Observasi adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan proses penggalian informasi secara mendalam. Dari hasil penelitian berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa <i>Sucre by Sheila</i> tidak</p>

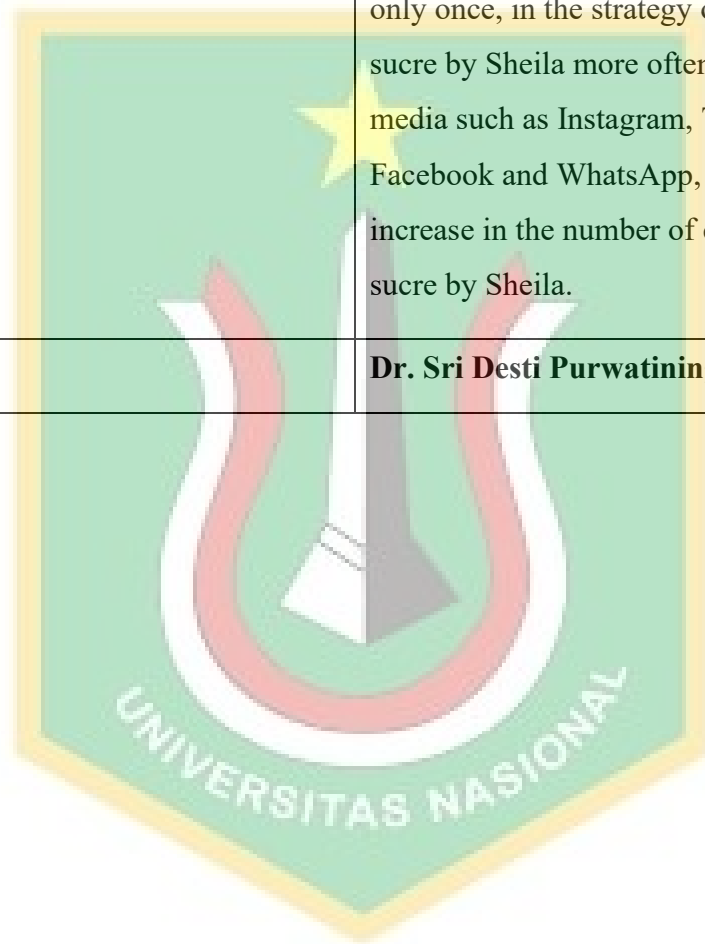


	<p>seungguhnya menjalankan <i>Strategi Marketing Public Relations</i>. Selain itu peneliti juga menemukan bahwa <i>strategi marketing public relation</i> belum dilakukan secara maksimal seperti <i>Event</i> setelah pandemi covid – 19 sucre belum mengikuti acara <i>event</i> lagi dan lebih sering melakukan <i>Gathering, public service activities</i> yang dilakukan oleh sucre by Sheila sudah melakukan tetapi hanya di lingkup kecil kantor pusat saja dan itu di lakukan hanya sekali, pada strategi <i>publication</i> sucre by Sheila lebih sering menggunakan media sosial seperti intagram, tiktok, facebook dan whatsapp hal ini mempengaruhi peningkatan jumlah kosumen pada sucre by Sheila.</p>
Dosen Pembimbing :	Dr. Sri Desti Purwatiningsih M.Si

ABSTRACT

Keywords	Abstract
<p data-bbox="252 495 719 636">Sucre By Sheila's Marketing Public Relations Strategy in Increasing the Number of Consumers</p> 	<p data-bbox="805 495 1353 1957">Marketing Public Relations (MPR) is part of the marketing strategy and business strategy, as a whole as a liaison between business people and their consumers and the wider community by providing information. Sucre By Sheila is one of the brands issued by PT Sucre Indo Kuliner, as a dessert box brand. As we know, in this modern era, dessert products are very popular among Indonesian people and the demand for dessert box food is very high. This study aims to see how the Sucre by Sheila Public Relations Marketing Strategy in Increasing the Number of Consumers The approach in this study is a qualitative research using a descriptive approach. Interviews and Observations are data collection techniques that are carried out by extracting information in depth. From the results of research based on the results of data analysis, it shows that Sucre by Sheila does not fully implement the Marketing Public Relations Strategy. In addition, researchers also found that the marketing public relations strategy had not been carried out optimally, such</p>

	<p>as the event after the Covid-19 pandemic, Sucre had not participated in events anymore and held Gatherings more often, public service activities carried out by Sucre by Sheila had done it but only in a small office. center only and it was done only once, in the strategy of publishing sucre by Sheila more often using social media such as Instagram, TikTok, Facebook and WhatsApp, this affected an increase in the number of consumers on sucre by Sheila.</p>
Advisor :	Dr. Sri Desti Purwatiningsih M.Si



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya, sehingga proposal skripsi dengan judul **“STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATION SUCRE BY SHEILA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KONSUMEN”** dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah di tentukan.

Penyusunan proposal skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjanah Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, pada penyusunan SKRIPSI ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu mahasiswa ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Drs. H. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas I Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M.Si., selaku Wakil Dekan I Universitas Nasional
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si., selaku Wakil Dekan II Universitas Nasional
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional Jakarta.
6. Nursatyo, S.So., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si selaku Dosen Pembimbing.
8. Seluruh Dosen FISIP terutama Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu kepada saya.
9. Mamah tersayang Lilis dan bapak tercinta Ahmad Rusdy. Saudara kandung adik Ahmad Saeful Romadhani yang selalu membuat rasa semangat dalam hal apapun termasuk penulisan skripsi ini.
10. Keluarga & sepupu yang menyayangi saya yang menjadi alasan utama saya untuk terus semangat berjuang meraih kesuksesan.
11. Sabhanang Fish Kima selaku teman dekat yang selalu memberi support.

12. Sahabat sahabat saya Annisa, Siti Marhamah, Aprilia Rosiyana, Diaz Maulana, Muhadi Sanjaya, Aina Sakila, Sheva Fridamlia yang selalu menghibur saya dalam kondisi apapun, selalu menyemangati saya.
13. Terimakasih kepada pihak Sucre by Sheila yang telah bersedia saya wawancara dan melengkapi data data skripsi saya.
14. Semua pihak yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu Namanya, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 4 Desember 2022

Siti Rahma Safitri



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFR TAR ISI	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Pustaka	11
2.2.1. Teori CMR	30
2.2.2. Strategi	32
2.2.3. Marketing Public Relation	34
2.3 Kerangka Berfikir	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	47
3.2 Jenis Penelitian	48
3.3 Metode Penelitian	49
3.4 Teknik Pengumpulan data	49
3.4.1 Data Premier	49
3.4.2 Data Sekunder	51
3.5 Penentuan Key Informan	51
3.6 Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	52
3.7 Teknik Keabsahan Data	54

3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	56
3.9 Table Penelitian	57

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	58
4.1.1 Sucre by Sheila	58
4.1.2 Visi & Misi	60
4.1.3 Alamat Perusahaan	60
4.1.4 Struktur Organisasi	61
4.1.5 Gambaran Kehumasan	62
4.2 Hasil Penelitian	62
4.3 Pembahasan	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA



Lampiran Gambar

Gambar 1.1 Logo brand sucre by Sheila	3
Gambar 4.1.1 Gambar produk sucre by Sheila	59
Gambar 4.1.2 Foto struktur organisasi sucre by Sheila	61
Gambar 4.2.1 Gambar akun Instagram & Tiktok sucre by Sheila	65
Gambar 4.2.2 Postingan rells dan foto di akun Instagram & Tiktok sucre	66
Gambar 4.2.3 Postingan insta story Rachel Venny	68
Gambar 4.2.3 Vedio iklan dari hasil kerja sama dengan gofood	68
Gambar 4.2.4 Gambar logo sucre by Sheila	69
Gambar 4.2.5 Contoh kartu nama sucre by Sheila	70
Gambar 4.2.6 Iklan festival boba fest	71
Gambar 4.2.7 Acara gathering ulang tahun Xabiru	72
Gambar 4.2.8 Acara gathering wedding	73
Gambar 4.2.9 Postingan program flavour of the month	75
Gambar 4.2.10 Pemberian sponsorhip pada brand COACH	79
Gambar 4.3 Report data konsumen sucre periode 2021	80
Gambar 4.3 Report data konsumen sucre periode 2022	81



Lampiran Table

Table 1.1 Data jumlah konsumen sucre by Sheila	7
Table 2.1 Penelitian terdahulu	11
Table 3.9 Tabel perencanaan penelitian	12
Table 4.2 Table identitas informan	63
Table 4.2 Table identitas informan	64

