



NATIONAL UNIVERSITY

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT MIGARI RAYYA
GLOBAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @MIGARI.ID**

THESIS

This essay is submitted to fulfill some conditions to getting a Bachelor Degree in
Communication Science (S.I.Kom)

ANNISA RISQI NUR ALVIANA

NPM.193516516399

**COMMUNICATION SCIENCE
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE MAJOR
UNIVERSITAS NASIONAL**

2022



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT MIGARI RAYYA
GLOBAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @MIGARI.ID**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Nasional Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ANNISA RISQI NUR ALVIANA

NPM.193516516399

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
2022**



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ANNISA RISQI NUR ALVIANA
NPM : 193516516399
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT
MIGARI RAYYA GLOBAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @MIGARI.ID
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Jakarta, 14 Februari 2023

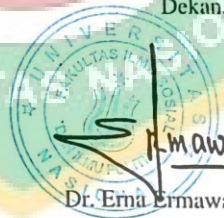
Disetujui untuk diajukan

Jakarta, 14 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Dekan,


Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.,

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : ANNISA RISQI NUR ALVIANA
NPM : 193516516399
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT
MIGARI RAYYA GLOBAL DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @MIGARI.ID

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si

Ttd

Pembimbing I/Penguji I

Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si

Ttd

Pembimbing II/Penguji II

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Ttd

Ditetapkan di : Jakarta Tanggal : 14 / 02 / 2023



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Annisa Risqi Nur Alviana
Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516399
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations PT. Migari Rayya Global
Di Media Sosial Instagram @migari.id
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 diujikan

Jakarta, 2 Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Annisa Risqi Nur Alviana

NIM : 193516516399

Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations PT Migari Rayya
Global Di Media Sosial Instagram @migari.id


Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini ialah hasil dari penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan 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 ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 2 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



10000
METERAI
TEPAPEL
07E31AKX3040Z8143
ANNISA RISQI NUR ALVIANA



ABSTRAK

Nama : Annisa Risqi Nur Alviana

Jurusan : Ilmu Komunikasi

NPM : 193516516399

Judul : Strategi Marketing Public Relations PT Migari Rayya Global

Di Media Sosisal Instagram @migari.id

Kata Kunci

Strategi, Marketing Public Relations, Media Sosial, PT Migari Rayya Global

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi marketing public relations PT Migari Rayya Global di media sosial Instagram @migari.id. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Three Ways Strategy yang dikemukakan oleh Thomas L. Harris. Three Ways Strategy tersebut terdiri dari Pull Strategy (menarik), Push Strategy (mendorong) dan Pass Strategy (membujuk) dalam kegiatan marketing Public Relations. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa marketing public relations PT Migari Rayya Global di media sosial Instagram memiliki beberapa bentuk strategi

	<p>seperti memposting konten-konten musik, film, lifestyle dan entertainment serta menjadi media partner suatu acara. Dari langkah tersebut dilakukan analisa data dengan menggunakan model analisa interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman meliputi proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan</p>
Pembimbing	Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.



ABSTRACT

Name : Annisa Risqi Nur Alviana

Study Program : Communication Science

Title : Marketing Public Relations Strategy PT Migari Rayya Global

Di Social Media Instagram @migari.id

Keywords

*Strategy, Marketing
Public Relations, Social
Media, PT Migari Rayya
Global*

This study aims to find out how PT Migari Rayya Global's marketing public relations strategy is on social media Instagram @migari.id. The theory used in this study is the Three Ways Strategy theory put forward by Thomas L. Harris. The Three Ways Strategy consists of a Pull Strategy, a Push Strategy and a Pass Strategy in marketing Public Relations activities. This study uses a type of qualitative research with a descriptive approach, with data collection techniques through observation, interviews and documentation. Based on the results of the study, it can be concluded that PT Migari Rayya Global's marketing public

	<p><i>relations on social media Instagram has several forms of strategy such as posting music, film, lifestyle and entertainment content as well as becoming a media partner for an event. From this step, data analysis was carried out using an interactive analysis model developed by Miles and Huberman including the process of data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions.</i></p>
<p><i>Lecturer Mentor</i></p>	<p><i>Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si.</i></p>



KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, saya dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini yaitu Strategi Marketing Public Relations PT Migari Rayya Global Di Media Sosial Instagram @migari.id

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional Jakarta.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Dr. Dwi Kartikawati, S.Sos., M.Si Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Humaini, MA, Dosen Pembimbing Akademik, terimakasih sudah meluangkan waktu untuk membimbing penulis perihal akademik sejak awal perkuliahan.
6. Djudjur Luciana R, S.Sos., M.Si, Kepala Laboratorium Radio Universitas Nasional.
7. Seluruh Dosen FISIP terutama Program studi Ilmu Komunikasi yang

telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman yang menarik pada penulis.

8. Segenap keluarga PT Migari Rayya Global yang telah yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan dan bersedia menjadi key informan dan informan pada penelitian ini.
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, Penulis sangat bersyukur dan berterima kasih kepada kedua orang tua tercinta ayah Nur Wakhid, ibu Mini Astuti dan adik penulis Raisya Sasya Nur Kamila yang tiada henti-hentinya memberikan doa, semangat, dan dukungannya selama ini.
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini semasa perkuliahan, tempat berbagi keluh kesah, teman berdiskusi, beribadah dan bercerita yang selalu menyemangati satu sama lain. We can defintely graduate together!
11. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2019, yang senantiasa memberikan dukungan dan menjadi rekan berkreatifitas selama masa perkuliahan.

Serta untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas semua bantuannya pada proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah STW, memberikan balasan untuk segala kebaikan yang diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 2 Februari 2023

Annisa Risqi Nur Alviana

DAFTAR ISI

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
FORMULIR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	17
2.3.1 Teori Three Ways Strategy	18
2.3.2 Public Relations.....	19
2.3.3 Marketing	21
2.3.4 Media Sosial	25
2.3.5 Pengelolaan Media Sosial	28
2.3.6 Instagram.....	30

2.4 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Jenis Penelitian.....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Sumber Data	46
3.5 Informan Penelitian	49
3.5 Teknik Penarikan Informan.....	50
3.5 Analisis Data	51
3.5 Teknik Keabsahan Data.....	53
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	57
4.1.1 Visi & Misi Perusahaan	57
4.1.2 Gambaran Kehumasan	57
4.1.3 Strategi Pull Perusahaan	58
4.1.4 Strategu Push Perusahaan	67
4.1.5 Strategi Pass Perusahaan.....	75
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 1.2 Persamaan Terhadap Penelitian Terdahulu.....	61
Tabel 1.3 Persamaan Terhadap Penelitian Terdahulu.....	75
Tabel 1.4 Tabel Jadwal Penelitian	81



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tangga lagu mingguan untuk menarik audience	27
Gambar 1.2 Materi konten feeds	52
Gambar 1.3 Materi konten promo event	53

