



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT. TIP TOP &
DEPT. STORE CABANG BOGOR DALAM MENARIK MINAT
PEMBELI**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nur Harfiany Syafa Salbila

NPM. 193516516171

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

2022/2023



UNIVERSITY NATIONAL

**MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN PT. TIP
TOP & DEPT. STORE BOGOR BRANCH IN ATTRACTING
BUYER'S INTEREST**

Thesis

Submitted as one to obtain a Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)

Nur Harfiany Syafa Salbila

NPM. 193516516171

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM**

2022/2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Harfiany Syafa Salbila
NPM : 193516516171
Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/ public relations
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations PT. Tip
Top & Dept. Store Cabang Bogor Dalam
Menarik Minat Pembeli.
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional.

Disahkan untuk diujikan

Jakarta, Februari 2023

Dosen Pembimbing

Dekan,

Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Dr. Erna K. Mawati Chotim, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nur Harfiyany Syafa Salbila
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516171
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations PT. Tip Top & Dept.
Store Cabang Bogor Dalam menarik Minat Pembeli

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. Bhakti Nur Avianto S.Ip., M.Si

Penguji I : Dr. Masnah, M.Si

Penguji II : Djudjur Luciana Rajagukguk S.Sos., M.Si

Keterangan :

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

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Nur Harfiany Syafa Salbila
NPM : 193516516171
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 21 Februari 2023

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT. TIP TOP & DEPT.
STORE CABANG BOGOR DALAM MENARIK MINAT PEMBELI

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

MARKETING PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN PT. TIP TOP & DEPT.
STORE BOGOR BRANCH IN ATTRACTING BUYER'S INTEREST

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Djudjur Luciana Radjagukguk S.Sos., M.Si	Drs. Adi Prakosa, M.Si	Nur Harfiany Syafa Salbila
TGL : 01 Maret 2023	TGL : 01 Maret 2023	TGL : 01 Maret 2023
		

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Harfiyany Syafa Salbila

Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516171

Judul Skripsi : Strategi *Marketing Public Relations* PT. Tip Top

& Dept. Store Cabang Bogor Dalam Menarik Minat Pembeli

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

Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, Februari 2023

Yang membuat pernyataan


Nur Harfiyany Syafa Salbila



3A4E3AKX278234688

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya yang amat besar kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PT. TIP TOP & DEPT. STORE CABANG BOGOR Dalam Menarik Minat Pembeli” sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Komunikasi Universitas Nasional.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis sepenuhnya menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materi. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya untuk seluruh pihak yang telah membantu penulis hingga sampai penyusunan skripsi ini selesai, terutama kepada yang penulis hormati:

1. Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti perkuliahan pada Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Nursatyo, M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

5. Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Dosen Pembimbing proposal skripsi saya, saya merasa sangat berterimakasih kepada beliau yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabaran mengarahkan dan membimbing saya dalam menyusun proposal skripsi ini.
6. Bapak Hendi dan Bapak Januar selaku Kepala Cabang dan Supervisor Operational Tip Top Bogor.
7. Ayahanda dan Ibunda saya Tercinta.
8. Teman – teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019.



Jakarta, 31 Januari 2023

Nur Harfianny Syafa Salbila

ABSTRAK

Nama : Nur Harfiany Syafa Salbila
NPM :193516516171
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi *Marketing Public Relations* PT. Tip Top & Dept. Store Cabang Bogor Dalam Menarik Minat Pembeli

<p>PT. TIP TOP & DEPT. STORE, Strategi, Marketing Public Relations, Menarik Minat Pembeli.</p>	<p>Tip top adalah sebuah perusahaan yang berkiprah di Indonesia dan bergerak dalam bidang industri yakni industri ritel. Menjadi salah satu ritel yang memiliki beberapa cabang, membuat Tip top harus memiliki strategi untuk terus menarik minat pembeli. Strategi merupakan sebuah rencana terarah dalam diri manusia untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya. <i>Marketing Public Relations</i> merupakan kegiatan yang dijalankan oleh <i>public relations</i>. Memadukan pelaksanaan program dan strategi pemasaran dengan aktivitas program kerja <i>public relations</i>. Untuk dapat menarik minat pembeli, Tip Top harus melakukan serangkaian strategi marketing yang dijalankan oleh <i>public relations</i> untuk mencapai tujuan perusahaan, adapun strategi <i>marketing public relations</i> yang digunakan yaitu 7 kegiatan MPR diantaranya publikasi, identitas media, <i>event</i>, <i>news</i>, pidato, aktifitas sosial, sponsor. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara guna memperoleh informasi mendalam tentang perusahaan yang ingin dijadikan objek penelitian. Selain itu, dilakukan dokumentasi untuk memvalidasi hasil dari wawancara yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil dari penelitian ini adalah PT. Tip Top & Dept. Store Cabang Bogor berhasil menarik minat pembeli untuk membeli produk dengan baik melalui penerapan 7 kegiatan MPR sehingga dapat menyediakan kebutuhan kepada konsumen secara meluas.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Djudjur L. Radjaguguk S.Sos., M.Si.,</p>

ABSTRACT

Name : Nur Harfiany Syafa Salbila
NPM : 193516516171
Major : Communication Science
Title : Strategy, Marketing Public Relations, Customer, 7 Tools
Marketing Public Relations

Strategy, Marketing Public Relations, Customer, 7 Tools Marketing Public Relations.	Tip top is a company that operates in Indonesia and is engaged in the industry, namely the retail industry. Being one of the retailers that has several branches, making Tip top must have a strategy to continue to attract buyers. Strategy is a directed plan in humans to achieve the desired goals. Marketing Public Relations merupakan kegiatan yang dijalankan oleh public relations. To be able to attract buyers, Tip Top must carry out a series of marketing strategies carried out by public relations to achieve company goals, the marketing public relations strategy used is 7 MPR activities including publications, media identities, events, news, speeches, social activities, sponsorships. The research methodology used is a qualitative approach. This study uses interview techniques to obtain in-depth information about the company that wants to be the object of research. In addition, documentation is carried out to validate the results of interviews that have been conducted previously. The result of this research is PT. Tip Top & Dept. The Bogor Branch Store has succeeded in attracting buyers to buy products properly through the implementation of 7 MPR activities so that they can provide needs to consumers widely.
Adviser	Djudjur L. Radjagukguk S.Sos., M.Si.,

DAFTAR ISI

PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Marketing Public Relations.....	17
2.3 Strategi	29

2.4 Minat.....	32
2.5 Kerangka Berpikir.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Paradigma Penelitian.....	35
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	36
3.3.1 Subjek Penelitian.....	36
3.3.2 Objek Penelitian.....	37
3.4 Penentuan Informan.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	39
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	41
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum.....	44
4.1.1 Sejarah Tip Top Bogor.....	44
4.1.2 Visi dan Misi.....	45
4.1.3 Profil Perusahaan.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi.....	47
4.2 Analisis Strategi Marketing Public Relations pada PT. Tip Top & Dept.Store Cabang Bogor dalam Menarik Minat Pembeli.....	52
4.3 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN & SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Tip Top Bogor	48
Gambar 4.2 Logo Tip Top	52
Gambar 4.3 Akun Resmi Media Sosial Instagram tiptop_id	58
Gambar 4.4 Snapgram Media Sosial Instagram tiptop_id	59
Gambar 4.5 Akun Resmi Media Sosial Facebook TipTop Indonesia	60
Gambar 4.6 Akun Resmi Media Sosial Twitter TipTop Indonesia	60
Gambar 4.7 Website TipTop Supermarket	61
Gambar 4.8 Seragam Karyawan Tip Top Bogor	63
Gambar 4.9 Bangunan Tip Top Bogor	63
Gambar 4.10 Tas Belanja Tip Top Bogor	64
Gambar 4.11 Grand Opening Tip Top Bogor	67
Gambar 4.12 Lomba Daur Ulang Keluarga Kreatif tiptop	67
Gambar 4.13 Rilis Kegiatan CSR tiptop Bogor	69
Gambar 4.14 Kegiatan CSR Tip Top Peduli Tunawisma	72
Gambar 4.15 Kegiatan CSR Tip Top Bogor	72
Gambar 4.16 Kegiatan CSR Program Donasi Dont Give Up	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Key Informan

Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan

Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara Key Informan

Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara Informan

Lampiran 6 Surat Pengajuan Wawancara

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

