

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS *HUFFLECOP* UNTUK
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS***



Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu

OLEH :

VANIA ZANA MAHARANI

602020044

PROGRAM STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT

FAKULTAS TELNOLOGI INFORMASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2023

Lembar Pengesahan

Judul Artikel : Strategi Marketing Public Relations HuffleCop untuk
Membangun Brand Awareness
Nama Mahasiswa : Vania Zana Maharani
NIM : 602020044
Program Studi : Public Relation
Fakultas : Teknologi Informasi

Menyetujui,



Zon Vanel, S.S., M.Si.
Pembimbing I

Mengesahkan,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.
Dekan

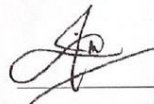


Hendy, S.Kom., M.Kom., Ph.D.
Ketua Program Studi

Dinyatakan Lulus Proses Review Tanggal : 26 Agustus 2024

Reviewer :

- Dian Novita Kristiyani, S.I.Kom., M.Si.



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS HUFFLECOP
UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

Oleh,

VANIA ZANA MAHARANI
602020044

LAPORAN PENELITIAN

Diajukan Kepada Program Studi Public Relation guna memenuhi sebagian dari persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disetujui oleh,



Zon Vanel, S.S., M.Si.
Pembimbing I

Diketahui oleh,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.
Dekan



Hendy, S.Kom., M.Kom., Ph.D.
Ketua Program Studi

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2024

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS HUFFLECOP
UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS**

Oleh,

VANIA ZANA MAHARANI
602020044

Jurnal

Diajukan Kepada Program Studi Public Relation guna memenuhi sebagian dari persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disetujui oleh,

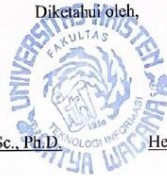


Zon Vanel, S.S., M.Si.
Pembimbing 1

Diketahui/oleh,



Prof. Ir. Daniel H. F. Manongga, M.Sc., Ph.D.
Dekan



Hendy, S.Kom., M.Kom., Ph.D.
Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2024**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan strategi *Marketing public relation* Hufflecop untuk membangun *brand awareness* di kalangan konusmen. Metode penelitian ini menggunakan deksriptip kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara dan analisis dokumen. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, kategorisasi, sintesis, dan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa HuffleCop menerapkan berbagai strategi *marketing public relations* yang efektif dalam membangun *brand awareness*. Di antara strategi yang diidentifikasi, yaitu *content marketing*, aktivitas media social, *event marketing*, *sponsorship* atau kemitraan, dan integrasi media sosial dalam membangun *brand awareness* menjadi fokus utama. HuffleCop aktif menjalin hubungan dengan media untuk mendapatkan liputan yang positif, serta berkolaborasi dengan *influencer* Indonesia yang menyukai K-Pop dan memiliki pengaruh besar di kalangan penggemar.

Kata Kunci: *Starategi Marketing, Public Relation, Brand Awarannes*

Abstract

This study aims to describe Hufflecop's marketing public relations strategy to build brand awareness among consumers. This research method uses qualitative descriptive. Data collection techniques in this study include observation, interviews and document analysis. Data analysis techniques used include data reduction, categorization, synthesis, and conclusions or verification. The results of the study indicate that HuffleCop implements various effective marketing public relations strategies in building brand awareness. Among the strategies identified, namely content marketing, social media activities, event marketing, sponsorship or partnerships, and social media integration in building brand awareness are the main focus. HuffleCop actively establishes relationships with the media to get positive coverage, and collaborates with Indonesian influencers who like K-Pop and have great influence among fans.

Keywords: *Starategi Marketing, Public Relation, Brand Awarannes*