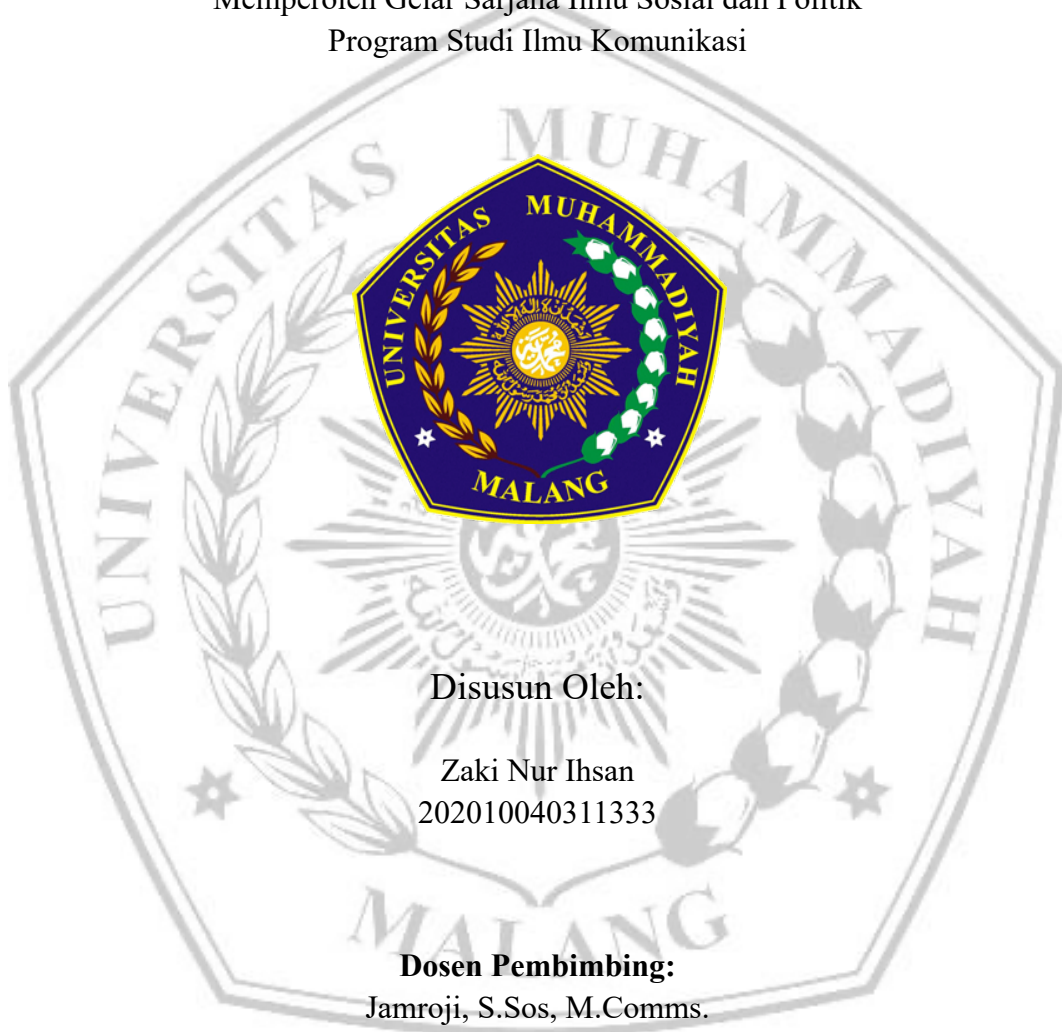


**Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial  
Instagram @voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand  
Awareness**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Zaki Nur Ihsan  
202010040311333

**Dosen Pembimbing:**

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2024**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Zaki Nur Ihsan**  
**202010040311333**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan

L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Senin, 15 Juli 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Joko Susilo, M.Si** (  )
2. **Isnani Dzuhrina, M.Adv** (  )
3. **Jamroji, S.Sos, M.Comms** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Paksi 2014 Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Najamuddin Bahar, S.IP., M.Hub.Int.**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### IMPLEMENTASI MARKETING PUBLIC RELATIONS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @VOLUNTRIP.KITABISA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS

Diajukan Oleh :

ZAKI NUR IHSAN

202010040311333

Telah disetujui

*Senin / 15 Juli 2024*

Pembimbing I

Jamroji, S.Sos, M.Comms

Wakil Dekan I



Najamuddin Khanur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si.

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## Lembar Persetujuan Skripsi



Nama : Zaki Nur Ihsan  
NIM : 202010040311333  
Jurusan : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram @voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand Awareness

Disetujui,  
Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



### Kampus I

Jl. Bantoro 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 480 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Sidani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 050

### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 480 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Zaki Nur Ihsan  
NIM : 202010040311333



Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

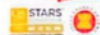
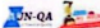
1. Tugas Akhir dengan Judul :  
"Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram  
@voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand Awareness"  
adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
  2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
  3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.
- Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 Juli 2024

Yang Menyatakan,



ZAKI NUR IHSAN



Kampus I  
Jl. Babarsong 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 860 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 400 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Zaki Nur Ihsan  
No. Induk Mahasiswa : 202010040311333  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram @voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand Awareness

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 4 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Jamroji, Ssos, M.Comms.



### Kampus I

Jl. Blandine 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Cukem No 198 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 050

### Kampus III

Jl. Raya Tigomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



## SURAT KETERANGAN

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Zaki Nur Ihsan  
NIM : 202010040311333  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (delapan) tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 1 Juli 2024

a.n Dekan Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



### Kampus I

Jl. Bendang 1 Malang, Jaka Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 450 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Sutem No 188 Malang, Jaka Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jaka Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 403 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL: Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial  
Instagram @voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand Awareness

Oleh:

Nama : Zaki Nur Ihsan

NIM : 202010040311333

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 1 Juli 2024

Pembimbing I/Promotor

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

NIP. 10302030373

(\* Coret yang tidak perlu



**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sulani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Tlogomas No 249 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id



# HASIL CHECK PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Zaki Nur Ihsan  
NIM : 202010040311333

Hasil Plagiasi: <sup>11</sup>/<sub>2</sub>

BAB I	13			
BAB II	13			
BAB III	12			

<sup>11</sup>/<sub>2</sub>

BAB IV	1			
BAB V	19			
BAB VI				



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 11 Juli 2024.  
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Rabu, 26 Juni 2024.

Pukul 19.00 WIB.

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:



Nama Peneliti	Zaki Nur Ihsan
NIM	202010040311333
Konsentrasi Studi	Public Relations
Fakultas	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram @voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand Awareness
Pembimbing	Jamroji, S.Sos, M.Comms.
Dosen Penguji I	Moch Fuad Nasvian, S.Ikom., M.I.Kom

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui *platform* Zoom Meeting. Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I dan sejumlah 26 Mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir). Penyajian Seminat Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 1 Juli 2024

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Jamroji, S.Sos, M.Comms.

Moch Fuad Nasvian, S.Ikom., M.I.Kom

Mengetahui,

Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 140 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Triyomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

No	Nama Lengkap	Nim	Jurusan
1	Della Intan E.S	202010040311421	Ilmu Komunikasi
2	saudia ilmi f	202010040311337	Ilmu Komunikasi
3	Nafisa Aura Yassa	202010040311577	Ilmu Komunikasi
4	Ihsan Sutanto	202010040311091	Ilmu Komunikasi
5	Nica S. P. Widiani	202110040311480	Ilmu Komunikasi
6	Nava Amalia I	202010040311069	Ilmu Komunikasi
7	Charnabila Ramadhani	202010040311487	Ilmu Komunikasi
8	Fiqri Fajar Mukti Wibowo	2017-424	Ilmu Komunikasi
9	Luthfiyah Zafirah	202010040311244	Ilmu Komunikasi
10	ARMANANDA MAULANA	202010040311201	Ilmu Komunikasi
11	Jihan Syakira Al Chatib	202010040311266	Ilmu Komunikasi
12	Lailatul Silviyah	202010040311460	Ilmu Komunikasi
13	SHALLY ANZILIR RAHMADANI	202010040311565	Ilmu Komunikasi
14	Indra Suci Melati Anshori	201910040311121	Ilmu Komunikasi
15	Della Khoifatul A	201910040311355	Ilmu Komunikasi
16	Ida Melianawati	201910040311432	Ilmu Komunikasi
17	Oryza Diva Paramita	201910210311145	Ilmu Komunikasi
18	Tantia Rafsanjani	202010160311632	Ilmu Komunikasi
19	Dimas Aunur Rochman	202010040311349	Ilmu Komunikasi
20	Mohammad Nashir Muda	202010040311342	Ilmu Komunikasi
21	Hamas Fithra	202010040311076	Ilmu Komunikasi
22	Dwi Indah Saputri	202010040311240	Ilmu Komunikasi
23	Achmad Darryl Alam Firmansyah	202010040311120	Ilmu Komunikasi



Kampus I  
Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sidam No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: [webmaster@um.ac.id](mailto:webmaster@um.ac.id)

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



24	Abim Dwi Agatan	202010040311343	Ilmu Komunikasi
25	Metta	201910040311131	Ilmu Komunikasi
26	ALIYA MEGA RAHMATIKA	202010040311322	Ilmu Komunikasi



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umim.ac.id

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Zaki Nur Ihsan
2. NIM : 202010040311333
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram @voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand Awareness
6. Pembimbing : Jamroji, S.Sos, M.Comms.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
18 Januari 2024	Seminar Proposal	
27 Maret 2024	Revisi Bab II	
3 Juni 2024	Revisi judul & Bab III	
4 Juni 2024	Revisi draft pertanyaan	
5 Juni 2024	Revisi Bab II & Buat panduan wawancara	
6 Juni 2024	Revisi draft pertanyaan	
7 Juni 2024	ACC Bab I-III (Melanjutkan Penelitian)	
20 Juni 2024	Pengajuan Bab IV-V & ACC Bab I-V	
21 Juni 2024	Pengajuan Abstrak & ACC Abstrak	

Malang , 1 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos, M.Comms.



**Kampus I**  
Jl. Bendungan 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 223 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Dendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

Zaki Nur Ihsan. 202010040311333. Implementasi Marketing Public Relations Melalui Media Sosial Instagram @voluntrip.kitabisa Dalam Membangun Brand Awareness. Skripsi 2024.

Indonesia menjadi negara yang memiliki peluang partisipasi relawan yang besar dan dapat dimanfaatkan serta dikelola secara baik oleh organisasi yang berfokus pada isu kemanusiaan dan kegiatan sosial. Salah satu organisasi di Indonesia yang menyediakan wadah itu ialah Kitabisa.com dengan nama Voluntrip by Kitabisa. Dengan umur terhitung baru, Voluntrip by Kitabisa perlu strategi untuk meningkatkan brand awareness. Maka dari itu pentingnya strategi *Marketing Public Relations* digunakan untuk meningkatkan brand awareness. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi marketing public relations melalui media sosial Instagram @voluntrip.kitabisa dalam membangun brand awareness.

Penelitian ini menggunakan teori MPR (*marketing public relations*) oleh Thomas L. Harris. Dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara dan dokumentasi dengan objek penelitian yakni brand awareness yang terbentuk pada Voluntrip by Kitabisa melalui implementasi kegiatan MPR di media sosial Instagram @voluntrip.kitabisa dan informan dari penelitian ini yaitu Copywriter and Social Media Manager, Senior Content Creator, dan Project Service.

Implementasi marketing public relations akun instagram @voluntrip.kitabisa dalam membangun *brand awareness* menerapkan *pull*, *push*, dan *pass strategy*. Elemen *brand* yaitu nama Voluntrip by Kitabisa, logo, slogan, warna dan pesan komunikasi yang dilakukan secara berulang menggunakan diterapkan dalam *pull*, *push*, *pass strategy* dalam bentuk konten-konten instagram @voluntrip.kitabisa. Konten-konten tersebut antara lain konten kilas balik, konten promosi kegiatan, konten collaboration post, dan giveaway serta memanfaatkan *user generated content*

***Kata kunci: Marketing Public Relations, Instagram, Brand Awareness***

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“IMPLEMENTASI MARKETING PUBLIC RELATIONS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @VOLUNTRIP.KITABISA DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS”**.

Dalam proses penulisan Tugas Akhir tentunya penulis banyak mengalami hambatan, namun berkat doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Dengan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran untuk penulis selama menempuh pendidikan dan dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Jamroji, S.Sos, M.Comms selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
6. Papah dan Mamah, Dadi dan Ida yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis. Terima kasih telah menjadi alasan penulis untuk tetap berjuang menyelesaikan Tugas Akhir dan meraih gelar Sarjana.
7. Saudara terkasih, A Kiki dan keluarga. Terima kasih untuk doa dan dukungan kepada penulis.
8. Narasumber penelitian saya dari Tim Voluntrip by Kitabisa, Kak Rafianti, Kak Naya Defisa, dan Fabian yang telah bersedia menjadi informan dan membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Charnabila Ramadhani yang selalu menjadi teman diskusi serta pendengar yang sangat baik. Terima kasih telah berperan penting dalam proses

penyusunan Tugas Akhir dan terima kasih untuk saran, solusi, dan masukan yang diberikan.

10. Teman seperjuangan, Nashir, Broto, Yayak, Abim, Aldi, Faisal, Izzul. Terima kasih untuk pertemanan yang penuh makna dan warna.
11. Teman-teman yang selalu memberi dukungan dan semangat, Octop Team, dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
12. Terakhir diri sendiri, Zaki yang telah menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan oleh orang tua dan telah bertahan dengan tekanan dan permasalahan yang ada.





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sosial Media Paling Banyak Digunakan di Indonesia .....	4
Gambar 2 Perbandingan Engagement.....	7
Gambar 3. Perbandingan total komentar.....	7
Gambar 4 Perbandingan Total Likes.....	7
Gambar 5 Tingkatan Brand Awareness .....	29
Gambar 6 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 7 Voluntrip by Kitabisa.....	54
Gambar 8 Konten Trip di Instagram @voluntrip.kitabisa.....	55
Gambar 9 Contoh Konten Kilas Balik Voluntrip Bentuk Foto dan Video .....	68
Gambar 10 Screenshot Instagram Insight @voluntrip.kitabisa Periode Mei-Juni	70
Gambar 11 Dokumentasi Instagram Insight @voluntrip.kitabisa Melalui Keyhole .....	70
Gambar 12 Postingan Kolaborasi.....	71
Gambar 13 Gambar Contoh Konten Upcoming Trip.....	74
Gambar 14 Contoh Poster Promosi Reguler, Exclusive, Experimental, dan Influencer Trip.....	75
Gambar 15 Special Voucher Voluntrip.....	76
Gambar 16 Reach Audience Akun Instagram @voluntrip.kitabisa .....	78
Gambar 17 Konten Kilas Balik @voluntrip.kitabisa Beserta Caption.....	82
Gambar 18 Konten Giveaway.....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rangkuman Penelitian Terdahulu.....	46
--	----

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>II</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>III</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>III</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA</b> .....	<b>IV</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI</b> .....	<b>V</b>
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH</b> .....	<b>VI</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI</b> .....	<b>VII</b>
<b>HASIL CHECK PLAGIASI</b> .....	<b>VIII</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL</b> .....	<b>IX</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL</b> .....	<b>X</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL</b> .....	<b>XI</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI</b> .....	<b>XII</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>XIV</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>XV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XVII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>XVIII</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN .....	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>

2.1	MARKETING PUBLIC RELATIONS (MPR) .....	10
2.1.1	Pengertian Marketing Public Relations.....	10
2.1.2	Peran Marketing Public Relations.....	12
2.1.3	Alat Marketing Public Relations .....	14
2.1.4	Strategi Marketing Public Relations .....	16
2.1.5	Keunggulan Marketing Public Relations .....	19
2.1.6	Karakteristik Pesan Dalam Marketing Public Relations.....	19
2.2	BRAND .....	20
2.2.1	Manfaat merek (brand).....	22
2.2.2	Konsep Brand Storytelling.....	24
2.3	BRAND AWARENESS.....	28
2.3.1	Indikator Brand Awareness .....	31
2.4	MEDIA SOSIAL.....	32
2.4.1	Instagram.....	33
2.5	KERANGKA KONSEPTUAL.....	37
2.6	PENELITIAN TERDAHULU .....	38
<b>BAB III</b>	.....	<b>47</b>
3.1	PENDEKATAN PENELITIAN .....	47
3.2	TIPE PENELITIAN .....	48
3.3	WAKTU DAN TEMPAT PENELITIAN.....	48
3.4	OBJEK DAN INFORMAN PENELITIAN .....	48
3.5	TENIK PENGUMPULAN DATA .....	50
3.6	TEKNIK ANALISIS DATA .....	51
3.7	UJI KABSAHAN DATA .....	52
<b>BAB IV</b>	.....	<b>54</b>
4.1	GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	54
4.1.1	Profil Voluntrip by Kitabisa .....	54
4.1.2	Tugas Pokok Tim Voluntrip by Kitabisa .....	56
4.1.3	Profil Akun Instagram @voluntrip.kitabisa .....	57
4.1.4	Gambaran Umum Informan Penelitian .....	57
4.2	HASIL PENELITIAN .....	58

4.2.1	Konten Voluntrip Periode Bulan Mei – Juni 2024 .....	58
4.2.2	Implementasi Marketing Public Relations Akun @voluntrip.kitabisa 66	
4.2.3	Pull Strategy Marketing Public Relations Akun Instagram @voluntrip.kitabisa .....	68
4.2.4	Push Strategy Marketing Public Relations Akun @voluntrip.kitabisa 73	
4.2.5	Target Audience Akun Instagram @voluntrip.kitabisa .....	77
4.2.6	Membangun Brand Awareness melalui media sosial instagram @voluntrip.kitabisa .....	79
4.3	PEMBAHASAN .....	80
4.3.1	Pengimplementasian Three Ways Strategy MPR melalui Konten instagram @voluntrip.kitabisa .....	81
4.3.2	Pull Strategy .....	81
4.3.3	Push Strategy .....	85
4.3.4	Pass Strategy .....	86
4.3.5	Keterkaitan Three Ways Strategy dalam Membangun Brand Awareness @voluntrip.kitabisa .....	87
<b>BAB V</b>	.....	<b>89</b>
5.1	KESIMPULAN .....	89
5.2	SARAN .....	90
5.2.1	SARAN AKADEMIS .....	90
5.2.2	SARAN PRAKTIS .....	90
	DAFTAR PUSATAKA .....	91
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>94</b>

## DAFTAR PUSATAKA

### Buku

- Aaker, David A., (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*, ed.8. Jakarta: Salemba Empat.
- Agus, Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ali, Dini Salmiyah F. (2017). *Marketing Public Relations – Diantara Penjualan dan Pencitraan*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Anggoro, Linggar.M & Rahayu, Estu. (2005) *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Sagung Seto.
- Atmoko,B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: MediaKita.
- Bungin. Burhan. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Putra Grafika.
- Cutlip, Scott & M.Broom, Glen. (2011). *Effective Public Relations* Edisi Kesembilan, Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Ferdy, R., & Sari, W. P. (2020). Pengaruh Iklan Billboard Gojek Versi#Uninstall Khawatir Terhadap Brand Awareness. *Prologia*, 106-112.
- Harris, L. Thomas. (2008). *Value Added PR – The Secret Weapon of Intergrated Marketing*. Library of Congress Cataloging – in Publicing Data.
- Harris, Thomas L. & Whalen, Patricia T., (2006). *The Marketer's Guide to Public Relations in the 21<sup>st</sup> Century*. United States: Texere.
- Henry, Rene. A. (2000). *Marketing Public Relations*. Iowa: Iowa State University Press
- Kasali, Rhenald. (2005). *Manajemen Public Relations dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kinzey, R. E. (2010). *Public Relations and Marketing for Nonprofit Organizations*. Praeger.
- Kotler, Philip. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, R (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Morrisan (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.

- Priansa, Doni. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: PUSTAKA SETIA.
- Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Salim, and Syahrudin. (2012). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan*. Bandung: Citra Pustaka Media.
- Shimp, Terence A., (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi*, ed.8. Jakarta: Salemba Empat. Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Silviani, Irene & Darus, Prabudi (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Soemirat & Ardianto (2003). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Strauss, Judy dan Frost, Raymond. (2009). *E-Marketing*. London: Pearson
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Rosdakarya.
- Sulaksana, Ujung (2005). *Integrated Marketing Communications*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wahid, U., & Puspita, A. E. (2017). Upaya Peningkatkan Brand Awareness PT. Go-Jek Indonesia Melalui Aktivitas Marketing public relations. *Jurnal Komunikasi* Vol. 9, 31-43.
- Wiley, John & Sons, (2012). *The Volunteer Management Handbook: Leadership Strategies for Success*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Yusuf, A. (2017). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Padang: Kencana.

### **Jurnal Ilmiah**

- Anita, T.L., & Lestari, N.S. (2020), “*Konsep Brand Storytelling Value Perceptions dan Visit Intention Pada Kawasan Tujuan Wisata di Jakarta*”. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)* p-ISSN, 2338, 8633
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, Cecep S., (2021). “*PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND IMAGE MYPANGANDARAN TOUR AND TRAVEL*”. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol.9 No.3, hal. 852-862.

- Denning, S. (2006), "Effective Storytelling: Strategic Business Narrative Techniques, Strategy & Leadership", Vol. 34 No. 1, hal. 42-48. <https://doi.org/10.1108/10878570610637885>
- Chin Wang, Muhammad Ghalih, Glen Andrew Porter. "Marketing Public Relations Strategies to Develop Brand Awareness of Coffee Products. *Science Journal of Business and Management*". Vol. 5, No. 3, 2017, pp. 116-121. Doi: 10.11648/j.sjbm.20170503.15
- Kyalo, Elizabeth. (2024) "Public Relations Strategies for Non-Profit Organizations". *Journal of Public Relations*. Vol. 3, No. 1, pp. 1-13.
- Maryolein, S., Hapsari, N. D., Oktaviani, R. C., & Tinggi, S. (n.d.). *INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS JAKARTA AQUARIUM*. <https://www.liputan6.com/tekno/rea>
- Papasolomou, I., & Melanthiou, Y. (2012). *Social Media: Marketing Public Relations' New Best Friend*. *Journal of Promotion Management*, 18(3), 319–328. <https://doi.org/10.1080/10496491.2012.696458>
- Wanto, Aji (2017). *Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City*. *Journal of Public Sector Innovation*, Vol. 2, No. 1, November Tahun 2017, (39-43). Universitas Brawijaya. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v2n1.p39-43>

### **Skripsi**

- Pratiwi, Rema Kintan. (2020), *Penerapan Digital Storytelling Dalam Membangun Brand Awareness dan Brand Image Instagram @girlwecan*. Skripsi. Universitas Bakrie. Jakarta

### **Internet**

- We Are Social Indonesia (2023). "Digital 2023". <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>. Diakses 13 Januari 2024
- Nabilah Muhamad (2023). "10 Negara Paling Dermawan di Dunia 2023, Indonesia Juara". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/16/10-negara-paling-dermawan-di-dunia-2023-indonesia-juara>. Diakses 14 Januari 2024.
- IPSOS (2018). "Instagram's Impact on Indonesian Businesses". <https://www.ipsos.com/en-id/instagrams-impact-indonesian-businesses>. Diakses 14 Januari 2024.