



UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI

***HYBRID EVENT PT.NESTLE INDONESIA PADA PROGRAM LAUNCHING
NEW PRODUCT NESCAFE ALA CAFÉ DIMASA PANDEMI***

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

MUHAMAD ILYAS

41182037150090

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA**

UNIVERSITAS ISLAM “45” BEKASI

2022M/1442H

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 10 Agustus 2022



Muhamad Ilyas

41182037150090

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul :

"Hybrid Event PT.Nestle Indonesia Pada Program Launching New Product Nescafe Ala Café Dimasa Pandemi " telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 28 Juli 2022
Waktu : 16.30 : 17.30 WIB

Oleh

Nama : Muhamad Ilyas
NPM : 41182037150090
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Saepudin , M. Soc., Sc.
Penguji 1 : Hamludin, M. Si.
Penguji 2 : Siti Khadijah, M. Si.

(Saepudin)
(Hamludin)
(Siti Khadijah)

Bekasi, 10 Agustus 2022

Mengesahkan,
**DEKAN FAKULTAS KOMUNIKASI
JURUSAN JURNALISMA DAN BAHASA**



Yudha Asmara D.A, M.I.Kom
NRP : 45.1.03.12.2012.029

Mengetahui,
**KETUA PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**



Fin Hartini, M. Si
NRP: 45.1.01.01.2016.001

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Proposal: *Hybrid Event PT.Nestle Indonesia Pada Program Launching New Product Nescafe Ala Café Dimasa Pandemi*

Diajukan Oleh: Muhamad Ilyas

NPM : 41182037150090

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa


Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 01 Agustus 2022

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi




H. Hartini, M. Si

NRP: 45.1.01.01.2016.001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Siti Khadijah S.Sos., M.Si

NRP: 45.1.01.02.2011.001

ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi
Program Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2021/2022

Muhamad Ilyas/41182037150090

Judul Skripsi :

Hybrid Event PT.Nestle Indonesia Pada Program *Launching New Product* Nescafe Ala Cafe Dimasa Pandemi

Dibawah bimbingan Siti Khadijah S.Sos., M.Si

75 Halaman , 2 Tabel, 11 Gambar, 6 Lampiran

Launching New Products merupakan acara atau *event* yang sering dilakukan oleh PT.Nestle Indonesia setiap kali meluncurkan produk baru dengan menghadirkan banyak peserta. Berbeda dengan produk baru yang diluncurkan Nescafe Ala Café pada tahun 2021, produk ini diluncurkan di masa pandemi covid-19, sehingga acara atau *event* yang diselenggarakan berbeda dari biasanya, dimana pada *event* yang bernama *Music Night & Photo Competition* Nescafe Ala Café ” di selenggarakan secara *hybrid*. Diharapkan dengan adanya *event* ini dapat menambah pengenalan *new product* Nescafe Ala Café di tengah masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara & observasi langsung untuk melakukan pengamatan. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik data primer dan sekunder, teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan teknik triangulasi sumber. Hasil penelitian ini membahas mengenai aktivitas *Public Relations* dalam menjalankan suatu program. Ada 4 aktivitas *Public Relations* yang dilakukan yaitu *Research* (penelitian), *Planning* (perencanaan), *Action and Communication* (aksi dan komunikasi), *Evaluation* (evaluasi). Penelitian ini menyimpulkan bahwa aktivitas *Public Relations* yang dilakukan oleh PT.Nestle Indonesia dalam Program *Launching New Product* Nescafe Ala Café Tahun 2021 yaitu: *Research* (penelitian) melakukan riset khalayak, *Planning* (perencanaan) melakukan perencanaan kegiatan, *Action and Communication* (aksi dan komunikasi) komunikasi efektif dan action tepat sasaran, *Evaluation* (evaluasi) adalah melakukan evaluasi atas kinerja program.

Kata kunci: aktivitas *Public Relations*, program *Public Relations*, *communication*, komunikasi organisasi, *corporate social responsibility*, *public relations*, *Launching New Product*.

ABSTRACT

*Islamic University “45”
Bekasi Communication Science
Programme Faculty of Communication,
Literature and Language
2021/2022*

Muhamad Ilyas/41182037150090

Title:

Hybrid Event PT.Nestle Indonesia Pada Program Launching New Product Nescafe Ala Cafe

Under the Guidance of Siti Khadijah S.Sos., M.Si

75 pages, 2 tables, 11 pictures, and 6 Attachments

Launching New Products is an event or events that are often carried out by PT. Nestle Indonesia every time it launches a new product by presenting many participants. Unlike the new product launched by Nescafe Ala Café in 2021, this product was launched during the Covid-19 pandemic, so that the event or events held were different from usual, where the event called Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café " was held in a hybrid manner. It is hoped that this event can add to the introduction of new Nescafe Ala Café products in the community. This study uses a qualitative approach. The research method used is descriptive qualitative by conducting interviews & direct observations to make observations. Data collection techniques using primary and secondary data techniques, techniques for checking the validity of data using source triangulation techniques. The results of this study discuss public relations activities in running a program. There are 4 public relations activities carried out namely Research, Planning (planning), Action and Communication (action and communication), Evaluation (evaluation). This study concludes that the public relations activities carried out by PT Nestle Indonesia in the 2021 Launching New Product Nescafe Ala Café Program are: Research conducting audience research, Planning activities, Action and communication (action and communication) effective communication and appropriate action target, Evaluation (evaluation) is to evaluate the program performance.

Key Words : public relations activities, public relations programs, organizational communication corporate social responsibility, public relations, Launching New Product

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puja dan Puji hanya layak tucurahkan kepada Allah SWT, karena atas limpahan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tucurahkan kepada Rasulullah Muhammad Shallallahu'alaihi wasallam. Manusia istimewa yang seluruh perilakunya layak untuk diteladani, yang seluruh ucapannya adalah kebenaran, yang seluruh getar hatinya kebaikan. Sehingga kami dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul ***“Hybrid Event PT.Nestle Indonesia Pada Program Launching New Product Nescafe Ala Café Dimasa Pandemi”*** ini tepat pada waktunya.

Penelitian ini telah disusun secara maksimal dan dibantu oleh berbagai pihak sehingga bisa memudahkan proses penulisan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan laporan praktik profesi ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih:

1. Bapak Dr. Hermanto., Drs., M.M.,M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam “45” Bekasi
2. Bapak Yudha Asmara DA, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Sya'baningrum Prihatini, S.S., M.Hum. selaku Wakil Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Ibu Tin Hartini, S.Pd.I., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi.

5. Ibu Siti Khadijah S.Sos., M.Si selaku Pembimbing skripsi, yang banyak memberikan sumbang saran dalam menyelesaikan laporan ini.
6. Istri , Anak - anak dan Orang tua, yang telah banyak memberikan perhatian, do'a, dan dukungan baik moril maupun materil.
7. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan Staff administrasi FKSB Universitas Islam "45" Bekasi, terimakasih atas ilmu dan bantuan yang sudah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2015
9. Ucapan terima kasih yang berlimpah tentunya peneliti sampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas segala do'a, perhatian, dorongan dan bantuannya.

Bekasi, 01 Agustus 2022

.....

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Akademis/Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	7
2.1.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Pecah Kopi di Masa Pandemi	7
2.1.2 Aktivitas <i>Public Relations</i> Polrestabes Makassar Dalam Membangun Citra Polisi.....	7
2.1.3 Analisis Strategi <i>Marketing Public Relations</i> (MPR) DHC Indonesia dalam melaksanakan <i>Special Event Brand Launching</i>	8
2.2 Perbandingan Penelitian Sejenis dengan Penelitian yang Dilakukan	9
2.2.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Pecah Kopi di Masa Pandemi	9

2.2.2	Aktivitas Public Relations Polrestabes Makassar Dalam Membangun Citra Polisi.....	9
2.2.3	Analisis Strategi <i>Marketing Public Relations</i> (MPR) DHC Indonesia dalam melaksanakan <i>Special Event Brand Launching</i>	9
2.3	Landasan Teori	13
2.3.1	<i>Public Relations</i>	13
2.3.2	Fungsi <i>Public Relations</i>.....	13
2.3.3	Tujuan <i>Public Relations</i>.....	14
2.3.4	Peranan <i>Public Relations</i>	14
2.3.5	Tugas <i>Public Relations</i>	16
2.3.6	Aktivitas <i>Public Relations</i>	19
2.3.7	Jenis-Jenis Aktivitas <i>Public Relations</i>	19
2.3.8	<i>Event</i>.....	21
2.3.9	Macam – macam <i>Event</i>.....	22
2.3.10	Tujuan <i>Event</i>	23
2.4	Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
3.1	Metode Penelitian.....	27
3.2	Unit Analisis	28
3.3	Informan dan Key Informan	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1	Data Primer	29
3.4.2	Data Sekunder	30
3.5	Teknik Analisis Data.....	30
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		34
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	34
4.1.1	Sejarah Perusahaan	34
4.1.2	Perluasan Nestle di Indonesia	36
4.1.3	Visi, Misi dan Logo PT.NESTLE.....	38
4.1.4	Tujuan dan prinsip PT.NESTLE	39
4.1.5	Struktur Organisasi	40

4.1.6 Sejarah Nescafe	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 <i>Research</i> (penelitian).....	44
4.2.2 <i>Planning</i> (Perencanaan)	47
4.2.3 <i>Action and Communication</i> (Aksi dan Komunikasi)	51
4.2.4 <i>Evaluation</i> (Evaluasi)	58
4.3 Pembahasan.....	61
4.3.1 <i>Research</i> (Penelitian)	62
4.3.2 <i>Planning</i> (Perencanaan)	64
4.3.3 <i>Action and Communication</i> (Aksi dan Komunikasi)	68
4.3.4 <i>Evaluation</i> (Evaluasi)	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran	75
5.2.1 Saran Akademis	75
5.2.2 Saran Praktisi.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
Gambar 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 2 Logo Nestle Indonesia.....	39
Gambar 3 Struktur Organisasi PT. Nestlé Indonesia Pabrik Cikupa	42
Gambar 4 salah satu berita positif di media online	46
Gambar 5 Poster Berita	52
Gambar 6 Konten Kegiatan.....	52
Gambar 7 Poster acara di media.....	53
Gambar 8 Press Conference Virtual.....	56
Gambar 9 Kliping Berita Program Music Night & Photo Competition Nescafe Ala Café 2021	58
Gambar 10 Konser musik melalui media Streaming	66
Gambar 11 Pemenang Kompetisi Foto	67

DAFTAR TABEL

Table 1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	12
Table 2 Data Penjualan Nefcafe Ala Café Greater Jakarta	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Curriculum Vitae	xvi
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara Key Informan 1	xvii
Lampiran 3: Transkrip Wawancara Key Informan 2	xxvi
Lampiran 4: Transkrip Wawancara Informan 1	xxxii
Lampiran 5: Transkrip Wawancara Informan 2.....	xxxiv
Lampiran 6: Dokumentasi.....	xxxviii

