

**PENERAPAN MARKETING PUBLIC RELATIONS PRABU MOTOR
INDONESIA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI



Oleh:

RAMA RAMADAN ARDYANSYAH

NIM : 21240942

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN LOGO



HALAMAN JUDUL

**PENERAPAN MARKETING PUBLIC RELATIONS PRABU MOTOR
INDONESIA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan dan Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperolah Gelar
Sarjana Jenjang Sastra Satu (S1) Progam Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Oleh :

RAMA RAMADAN ARDYANSYAH

21240942

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Rama Ramadan Ardyansyah / 21240942 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

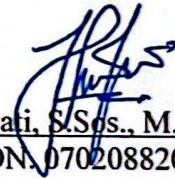
Ponorogo, 3 Juli 2025

Pembimbing I



Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

Pembimbing II



Eli Purwati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0702088201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Rama Ramadan Ardyansyah ini,

Telah dipertahankan didepan penguji pada

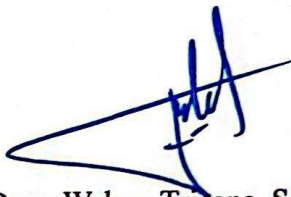
Pada Hari : Rabu

Tanggal : 9 Juli 2025

Pukul : 11.58 WIB

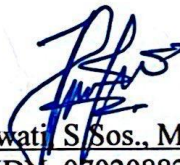
DEWAN PENGUJI

Penguji I



Deny Wahyu Tricana, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0707078204

Penguji II



Eli Purwati, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0702088201

Penguji III



Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosisal
dan Ilmu Politik,



Dr. Robby Darwis Nasution, M.A
NIK. 19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Rama Ramadan Ardyansyah

Alamat : Ds, Purwosari, Kec. Babadan, Kab. Ponorogo

No. Identitas (NIM) : 21240942

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

Penerapan Marketing Public Relations Prabu Motor Indonesia Menggunakan Media Sosial TikTok, adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri .Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, Juli 2025

Yang menyatakan,



(Rama Ramadan Ardyansyah)

HALAMAN MOTTO

“Rasakan setiap proses yang kamu tempuh dan kamu jalani dalam hidupmu, sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini”

“Sesibuk apapun dan dimanapun kamu berada, jangan pernah lupa untuk sholat”

-Ibunda-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk bukti semangat usaha serta cinta dan kasih sayang penulis kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidup penulis. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan Rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun Skripsi.
2. Bapak Junaedi dan Ibu Sri Aminin selaku kedua orang tua penulis, terima kasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik untuk penulis sehingga penulis bisa berada dititik ini sekarang. Memberikan motivasi dan semangat tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya hingga sarjana.
3. Prabu Motor Indonesia, penulis ucapkan terima kasih karena sudah di berikan izin untuk melakukan penelitian di Kerajaan Prabu Motor.
4. Almamater jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Diri saya sendiri, Rama Ramadan Ardyansyah karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul “Penerapan Marketing Public Relations Prabu Motor Indonesia Menggunakan Media Sosial TikTok” Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu komunikasi pada fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

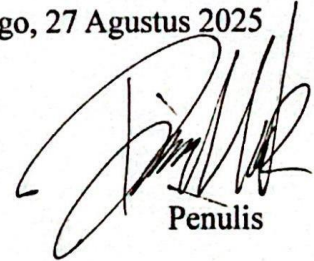
Mengingat keterbatasan pengalaman serta pengetahuan sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution, M.A. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Oki Cahyo Nugroho, S.Sn, M.Ikom, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Krisna Megantari, S.Sos. M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberi saran dan masukan dari awal sampai akhir, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.

5. Dosen ilmu komunikasi, terimakasih selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya.
6. Kedua orang tua penulis dan adik penulis yang sudah mendukung, memotivasi dan mendoakan penulis dalam mengerjakan skripsi ini dari awal hingga selesai.
7. Naufal dan Yuskin, yang sudah mensupport dan selalu menemani penulis serta menjadi sahabat keluh kesah atas semua yang dijalani dalam masa masa perkuliahan hingga selesai.
8. Team Bang Ipul Garage, teman teman yang telah memahami, membantu dimanapun dan kapanpun, selalu memberikan semangat dan dukungan selama proses pembuatan skripsi.
9. Kepada teman-teman saya ilmu komunikasi Angkatan 2021. Terimakasih untuk waktu dan segala kenangannya. Semoga kalian sukses selalu kedepannya.
10. Terakhir untuk Rama, last but no last, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah berjuang menjadi yang baik, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Penulis hanya dapat mendoakan agar kebaikan mereka semua mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membutuhkan.

Ponorogo, 27 Agustus 2025



Penulis

ABSTRAK

PENERAPAN MARKETING PUBLIC RELATIONS PRABU MOTOR INDONESIA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK

RAMA RAMADAN ARDYANSYAH

21240942

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Prabu Motor Indonesia menerapkan strategi *Marketing Public Relations* melalui media sosial TikTok dalam upaya memperkuat citra dan meningkatkan penjualan kendaraan bekas. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori Marketing Mix 11P sebagai landasan analisis, yang mencakup: *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging, Payment, Programming, dan Partnership*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Prabu Motor telah memanfaatkan TikTok sebagai media promosi yang efektif dengan konten yang konsisten, menarik, dan mengikuti tren. Strategi promosi yang digunakan tidak hanya menampilkan produk kendaraan, tetapi juga memberikan informasi, hiburan, dan membangun kedekatan emosional dengan audiens. Beberapa elemen 11P diterapkan secara maksimal melalui konten yang dikemas secara kreatif dan persuasif. Namun, aspek *Process* masih kurang optimal karena sistem transaksi online belum terverifikasi dengan baik, sehingga rawan penipuan. Selain itu, elemen *Partnership* belum dimaksimalkan karena Prabu Motor belum menjalin kolaborasi strategis secara resmi, melainkan hanya mengandalkan kedatangan konten kreator secara mandiri ke showroom. Dengan demikian, penerapan strategi MPR melalui TikTok oleh Prabu Motor cukup efektif dalam meningkatkan eksistensi merek dan interaksi publik, meskipun masih perlu penguatan pada aspek proses digital dan kemitraan untuk menciptakan sistem pemasaran yang lebih terstruktur dan terpercaya.

Kata Kunci: Marketing Public Relations, TikTok, Prabu Motor Indonesia, Media Sosial, Marketing Mix 11P

ABSTRACT

PENERAPAN MARKETING PUBLIC RELATIONS PRABU MOTOR INDONESIA MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL TIKTOK

RAMA RAMADAN ARDYANSYAH

21240942

This study aims to determine how Prabu Motor Indonesia implements Marketing Public Relations strategies through TikTok social media in an effort to strengthen its image and increase sales of used vehicles. This study uses a descriptive qualitative approach with the 11P Marketing Mix theory as the basis for analysis, which includes: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Packaging, Payment, Programming, and Partnership. The results of the study indicate that Prabu Motor has utilized TikTok as an effective promotional media with consistent, interesting, and trend-following content. The promotional strategy used not only displays vehicle products, but also provides information, entertainment, and builds emotional closeness with the audience. Several 11P elements are implemented optimally through content that is packaged creatively and persuasively. However, the Process aspect is still less than optimal because the online transaction system has not been properly verified, making it prone to fraud. In addition, the Partnership element has not been maximized because Prabu Motor has not officially established a strategic collaboration, but only relies on the arrival of content creators independently to the showroom. Thus, the implementation of the MPR strategy through TikTok by Prabu Motor is quite effective in increasing brand existence and public interaction, although it still needs strengthening in the digital process and partnership aspects to create a more structured and trusted marketing system.

Keywords: Marketing Public Relations, TikTok, Prabu Motor Indonesia, Social Media, Marketing Mix 11P

DAFTAR ISI

HALAMAN LOGO	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II.....	8
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Media Sosial	8
2.1.2 TikTok.....	12
2.1.3 Marketing Public Relations	15
2.2 Kerangka Berfikir.....	25
BAB III	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Tempat Penelitian	26
3.3 Sumber Data	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV	30
4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian.....	30

4.1.1 Sejarah Prabu Motor	30
4.1.2 Profil TikTok Prabu Motor	32
4.1.3 Gambaran Kerajaan Prabu Motor	33
4.1.4 Visi dan Misi Prabu Motor	33
4.2 Analisis Data.....	34
4.2.1 Penerapan Media Sosial TikTok dalam Marketing Publik Relations ..	34
4.2.2 Kendala dan Solusi dalam Menerapkan Media Sosial TikTok untuk Marketing Publik Relations	36
4.3 Pembahasan	39
4.3.1 Product	39
4.3.2 Price (Harga).....	39
4.3.3 Place (Tempat)	46
4.3.4 Promotions (Promosi)	49
4.3.5 People (Orang).....	52
4.3.6 Process (Proses)	56
4.3.7 Physical Evidence (Bukti Fisik)	61
4.3.8 Packaging (Kemasan)	64
4.3.9 Payment (Pembayaran)	67
4.3.10 Programming (Progam)	70
4.3.11 Partnership (kemitraan).....	74
BAB V.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	81
5.3 Dokumentasi Wawancara	83
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data subscriber TikTok Prabu Motor.....	4
Gambar 1.2 Data subscriber Instagram Prabu Motor	5
Gambar 1.3 Data subscriber YouTube Prabu Motor.....	5
Gambar 4.1 Profil akun TikTok Prabu Motor.....	32
Gambar 4.2 Gambar Gedung Kerajaan Prabu Motor	33
Gambar 4.3 Gambar Konten Edukasi Terhadap Konsumen Prabu Motor	38
Gambar 4.4 Gambar Konten Product Prabu Motor	39
Gambar 4.5 Gambar Konten Price Prabu Motor	44
Gambar 4.6 Gambar Konten Place Prabu Motor.....	48
Gambar 4.7 Gambar Konten Promotions Prabu Motor.....	51
Gambar 4.8 Gambar Konten People Prabu Motor	54
Gambar 4.9 Gambar Konten Process Prabu Motor	57
Gambar 4.10 Gambar Konten Physical Evidence Prabu Motor	62
Gambar 4.11 Gambar Konten Packaging Prabu Motor	65
Gambar 4.12 Gambar Konten Payment Prabu Motor	68
Gambar 4.13 Gambar Konten Programming Prabu Motor	72
Gambar 4.14 Gambar Konten Partnership Prabu Motor	77
Gambar 5.1 wawancara dengan Humas Prabu Motor	83
Gambar 5.2 wawancara dengan Marketing Prabu Motor	83
Gambar 5.3 wawancara dengan Humas Prabu Motor	84
Gambar 5.4 wawancara dengan Marketing Prabu Motor	84
Gambar 5.5 wawancara dengan Marketing Prabu Motor	85
Gambar 5.6 wawancara dengan Pembeli Prabu Motor	85
Gambar 5.7 wawancara dengan Pembeli Prabu Motor	86