

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS***

**Skripsi, 2023**

**Muhammad Rizky Fauzan Hermawan**

**2018140266**

**Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap Citra *Brand* Haus Indonesia  
(Survei Pada *Followers* Akun Instagram @haus.indonesia)**

### **ABSTRAK**

PT. Inspirasi Bisnis Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Food & Beverage dan dikenal dengan *Brand* "Haus!" yang menyediakan minuman dan makanan kekinian yang di gandrungi oleh generasi milenial dengan berbagai macam varian rasa serta harga yang terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Marketing Public Relations* yang terdiri dari variabel , kegiatan sosial, dan media identitas terhadap citra PT.Haus Indonesia, serta untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra PT.Haus Indonesia tertarik dengan *Marketing*.pendekatan ini adalah kuantitatif dengan metode survey.Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kusioner yang diberikan kepada 90 Responden pada *Followers* HausIndonesia. Pengambilan sampel menggunakan teknik yang digunakan adalah *SimpleProbability* Teknik simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. dan Teknik pengambilan sampel menggunakan *Random sampling probability* pengambilan sampel probabilitas di mana setiap orang di seluruh populasi target memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel dipilih secara acak yang dimaksudkan sebagai representasi yang tidak bias dari total populasi.data yang terkumpul diolah menggunakan SPSS versi 23 untuk mendapatkan perhitungannya yang akurat.Kesimpulan bahwa pengaruh yang signifikan terhadap citra PT.haus indonesia.memiliki pengaruh dengan nilai  $t_{9,235} > t_{tabel} 1,666$ . Diperoleh nilai korelasi 734 yaitu diantara 0.60-0.799 artinya hubungan antara variabel instgaram berpengaruh sedang atau cukup.Untuk nilai R Square menunjukkan 539.Angka tersebut diartikan bahwa *Marketing Public Relations* instagram terhadap citra *Brand* haus indonesia sebesar 53,9% dengan persamaan regresi  $Y = 16,286 + 0,682 x$ .

**Kata Kunci** : *Marketing, Public Relations, Citra Perusahaan, Media Sosial, Instagram.*

**Referensi** : 21 Buku, 12 Jurnal, dan 2 Website

**Pembimbing** : Lilik Sumarni, S.Sos., M.Si.