UNIVERSITAS BINUS NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Komunikasi

Semester Genap 2015/2016

PENGARUH PUBLIC RELATIONS PRASASTA REPUTATION MANAGEMENT TERHADAP BRAND AWARENESS MTV INDONESIA 2014

Cynthia Leo 1501150783

Abstract

The purpose of this study was to measure the extent of the relationship and the influence of PRASASTA's PR activities on brand awareness of MTV Indonesia in 2014, is a Research Methods questionnaires, and literature. Results of the relationship between these two variables to is 0.574 which was included in the significant levels, and the effect by 33%, 67% influenced other factors. It is because of Prasata is PR External and PR is there are only carrying out its activities Based on the events conducted by MTV Indonesia. The conclusion is that more events will be held by MTV Indonesia, the PR activities are conducted more frequently, so that brand awareness is increasing MTV Indonesia 2014.(CL)

Keywords: *Public Relations, PR External, Brand Awareness, Prasasta Reputation Management, MTV Indonesia 2014.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur sejauh mana hubungan dan pengaruh dari kegiatan PR Prasasta terhadap brand awareness MTV Indonesia 2014, Metode Penelitian adalah kuesioner, dan studi pustaka. Hasil dari hubungan antara kedua variablel adalah 0,574 yang termasuk dalam tingkatan *cukup berarti, dan pengaruhnya sebesar 33%, 67% di pengaruhi faktor-faktor lain. Hal ini karenakan pihak PR-nya adakah PR Eksternal yang hanya menjalankan kegiatannya berdasakan dari event yang dilakukan oleh MTV Indonesia. Kesimpulan adalah semakin banyak event yang akan diadakan oleh MTV Indonesia, maka kegiatan PR yang dilakukan semakin sering, sehingga brand awareness MTV Indonesia 2014 semakin memningkat.(CL)*

Kata Kunci: *Public Relations, PR Eskternal, Brand Awareness, Prasasta Reputation Management, MTV Indoesia 2014.*