

## Perencanaan strategi humas pemasaran untuk meningkatkan brand awareness khalayak terhadap Setu Babakan = Strategic planning of marketing public relations to improve public brand awareness of Setu Babakan / Fildzah Nadhilah

Fildzah Nadhilah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423828&lokasi=lokal>

---

Abstrak

### <b>ABSTRAK</b>

Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan adalah sebuah kawasan wisata pelestarian budaya yang terletak di Jagakarsa, Jakarta Selatan. Meskipun Setu Babakan memiliki beragam potensi wisata, ternyata ketertarikan masyarakat untuk berkunjung dan memahami budaya Betawi masih kurang. Selain itu, Setu Babakan juga belum memiliki perencanaan strategi humas pemasaran yang terintegrasi untuk menumbuhkan awareness masyarakat yang masih minim tersebut. Oleh karena itu, dibuatlah rancangan strategi humas pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan awareness khalayak terhadap Setu Babakan. Perancangan humas pemasaran ini diturunkan menjadi sebuah program dengan nama "Setu Babakan: The House of Jakarta" yang memiliki beberapa kegiatan, yakni Betawi Carnival, Betawi Culture Festival, kampanye media digital, serta konferensi pers. Target khalayak dari program ini adalah pelajar dan mahasiswa di Jabodetabek. Pemilihan target khalayak ini didasari oleh hasil riset pendahuluan yang menunjukkan kurangnya kesadaran pelajar dan mahasiswa mengenai Setu Babakan. Pesan kunci yang akan diberikan pada setiap kegiatan ini adalah edukasi secara menyeluruh kepada pelajar dan mahasiswa mengenai Setu Babakan sebagai sebuah "rumah" bagi masyarakat Jabodetabek.

### <i><b>ABSTRACT</b></i>

Betawi Cultural Village Setu Babakan is a cultural preservation tourist resort located in Jagakarsa, South Jakarta. Although Setu Babakan has diverse tourism potential, it turns out the public interest to visit and understand the Betawi culture is still lacking. Additionally, Setu Babakan also does not have integrated marketing public relation strategic planning to foster low public awareness. Therefore, they need to design a marketing public relation strategy which aims to increase public awareness of the Setu Babakan. Designing marketing public relation strategy is revealed to be a program with the name "Setu Babakan: The House of Jakarta" which has several activities, Betawi Carnival, Betawi Culture Festival, a digital media campaign, as well as a press conference. The target audience of the program is students (both high school and college) in Jabodetabek. Selection of the target audience is constituted by the results of preliminary research that shows a lack of awareness of students about the Setu Babakan. Key messages that will be given to each of these activities is a thorough education to the students about the Setu Babakan as a "home" for the people of Jabodetabek.</i>