



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS PT MATRIK CIPTA ELEKTINDO**

SKRIPSI

MITA AYU GUSNIA

44222010273

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN
BRAND AWARENESS PT MATRIK CIPTA ELEKTINDO**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

MITA AYU GUSNIA
44222010273
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mita Ayu Gusnia
NIM : 44222010273
Program Studi : Ilmu Komunikasi / PR
Judul : "STRATEGI PUBLIC
RELATIONS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS
PT Matrik Cipta Elektindo"

Dengan ini menyatakan bahwa laporan skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ditemukan unsur plagiat dalam Laporan skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

MERCU BUANA

Jakarta, 16 Juli 2025



Mita Ayu Gusnia

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

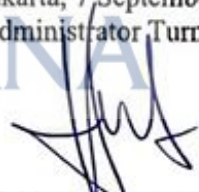
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Mita Ayu Gusnia
NIM : 44222010273
Program Studi : Public Relations
Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PT MATRIK Cipta ELEKTINDO” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 7 September 2026,didapatkan nilai persentase sebesar 24%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 September 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustm. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mita Ayu Gusnia
NIM : 44222010273
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi /Ilmu Komunikasi
Judul Penelitian : “Strategi Public Relations dalam Membangun
Brand Awareness PT Matrik Cipta Elektindo”

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 24 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Dosen Pembimbing



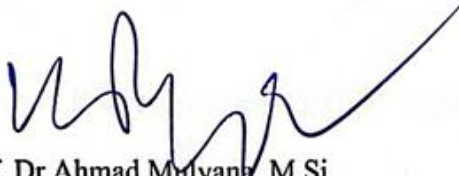
Nur Intan Pangesti Subrianto, S.Ikom, M.Ikom
NIDN/NUPTK : 0314109001

Jakarta, 24 Agustus 2026
Mengetahui,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN/NUPTK : 0318116602



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si
NIDN/NUPTK : 0301117301

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, kami mengucapkan puji syukur atas anugerah Nya yang telah memungkinkan peneliti menyelesaikan proposal skripsi penelitian yang berjudul "Strategi Public Relations Dalam Membangun Brand Awareness PT Matrik Cipta Elektindo" tepat waktu. Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan penghargaan yang dalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moral dan materi, yang telah berperan penting dalam kesuksesan penyelesaian laporan skripsi ini. Terima kasih yang sebesar- besarnya atas bantuan dan dorongan yang telah diberikan. Ucapan terima kasih ini, penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir Andi Ardiyansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, Dr, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. SM Niken Restaty S.Sos, M,Si. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Nur Intan Pangesti Subrianto, S.Ikom, M.Ikom sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan ilmunya, memberikan bimbingan dalam menyelesaikan penelitian ini dengan sabar dan mengarahkan penulis hingga laporan skripsi penelitian ini dapat diselesaikan.
6. Kepada bapak Sukartiko dan bapak Jonianto yang telah bersedia dan mengizinkan penulis untuk meneliti PT Matrik Cipta Elektindo.
7. Kepada bapak Mista dan almarhum nenek Iyum sebagai orang tua terkasih yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat serta mendoakan penulis dan telah percaya kepada penulis bahwa penulis mampu melewati rintangan ini semua atas doa dan dukungan bapak dan nenek.
8. Serta seluruh jajaran dosen Program studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Public Relations yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan dapat penulis rasakan manfaatnya.

9. Kepada teman-teman penulis Aul, Ziyen, Virgiawan, Jessica, Audrey, dan Lauren yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi penelitian ini dan senantiasa hadir dalam berbagai situasi.
10. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for all this hard work , I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive, I wanna thank me trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Laporan skripsi ini disusun dengan tujuan agar pembaca dapat memperluas wawasan mereka mengenai topik yang disajikan yang diambil dari berbagai sumber. Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih memiliki kekurangan dan belum sempurna oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan dimasa yang akan datang, karena keberhasilan tidak akan tercapai tanpa masukan yang membangun. Harapan penulis, laporan penelitian ini juga dapat berguna untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyajikan hasil penelitian yang lebih jelas dan lebih lengkap di masa yang akan mendatang. Demikian yang dapat penulis sampaikan, terima kasih.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Maret 2025

Mita Ayu Gusnia

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mita Ayu Gusnia
NIM : 44222010273
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PT
MATRIK CIPTA ELEKTINDO”

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 September 2026
Yang menyatakan,



(Mita Ayu Gusnia)

STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS PT MATRIK CIPTA ELEKTINDO

MITA AYU GUSNIA

ABSTRAK

Perkembangan industri jasa service dan maintenance di Indonesia yang semakin kompetitif menuntut perusahaan untuk memiliki strategi komunikasi yang mampu membangun kepercayaan sekaligus meningkatkan *brand awareness*. PT Matrik Cipta Elektindo sebagai perusahaan penyedia jasa perawatan mesin industri memanfaatkan peran *Public Relations* dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, membangun reputasi perusahaan, serta memperkuat citra merek di tengah persaingan industri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Public Relations* yang diterapkan PT Matrik Cipta Elektindo dalam membangun *brand awareness* perusahaan.

Kajian teori menggunakan konsep Strategi Public Relations dengan model RACE (*Research, Action, Communication, Evaluation*) yang dikemukakan oleh John E. Marston serta konsep *Brand Awareness* menurut Aaker. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif metode Deskriptis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap *key informan* serta informan pendukung yang dipilih secara *purposive*. Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan uji keabsahan menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* PT Matrik Cipta Elektindo telah diterapkan melalui tahapan *Research, Action, Communication*, dan *Evaluation* secara terintegrasi. Strategi tersebut dilakukan dengan membangun hubungan baik dengan pelanggan, mengedepankan kualitas pelayanan, memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi, serta melakukan evaluasi terhadap efektivitas program komunikasi. Penerapan strategi tersebut berkontribusi dalam meningkatkan *brand awareness*, memperkuat reputasi perusahaan, membangun kepercayaan pelanggan, serta mempertahankan hubungan jangka panjang dengan berbagai pemangku kepentingan.

Kata kunci: Strategi Public Relations, Brand Awareness, RACE, Komunikasi Perusahaan, PT Matrik Cipta Elektindo.

**PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN BUILDING BRAND AWARENESS AT PT
MATRIK CIPTA ELEKTINDO
MITA AYU GUSNIA**

ABSTRACT

PT Matrik Cipta Elektindo, a company specializing in industrial machinery service and maintenance, operates in a business-to-business (B2B) environment where customer trust, service quality, and long-term relationships are important in maintaining business continuity. In facing competition in the industrial service sector, the company needs to develop effective Public Relations (PR) strategies to introduce its identity, communicate its capabilities, and maintain relationships with stakeholders. This study aims to analyze the Public Relations strategies implemented by PT Matrik Cipta Elektindo in building the company's brand awareness.

This study uses the RACE (Research, Action, Communication, and Evaluation) model of Public Relations developed by John E. Marston and Aaker's concept of brand awareness as its theoretical framework. The research applies a constructivist paradigm and a qualitative approach using a descriptive case study method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving informants selected through purposive sampling. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while source triangulation was used to strengthen the validity of the findings.

The findings show that PT Matrik Cipta Elektindo implements its Public Relations strategy through the four stages of RACE. At the research stage, the company identifies customer needs, customer complaints, competitor conditions, and factors affecting customer trust. At the action stage, the company develops strategic actions such as strengthening corporate identity, preparing a company profile, improving service standards, and utilizing digital media. At the communication stage, the company maintains direct communication with customers through meetings, telephone calls, and WhatsApp, while Instagram is used to present company activities and service documentation.

Keywords: Public Relations Strategy, Brand Awareness, RACE Model, Corporate Communication, PT Matrik Cipta Elektindo.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Public Relations	15
2.2.2 Strategi	16
2.2.3 Strategi Public Relations	18

2.2.4	Stakeholder.....	21
2.2.5	Brand Awareness	23
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Paradigma Penelitian	25
3.2	Metode Penelitian	26
3.3	Subjek Penelitian	27
3.4	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1	Data Primer	31
3.4.2	Data Sekunder	32
3.5	Teknik Analisis Data	33
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	37
4.1.1	Profil Perusahaan	37
4.1.2	Sejarah Lokasi Fisik Perusahaan.....	38
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.1.4	Struktur Organisasi Perusahaan	39
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Research (Riset Public Relations PT Matrik Cipta Elektindo)	41
4.2.2	Perencanaan Strategi Public Relations PT Matrik Cipta Elektindo	47
4.2.3	Communications (Pelaksanaan Komunikasi Public Relations.....	58
4.2.4	Evaluations (Efektivitas Public Relations Dalam PT Matrik Cipta Elektindo)	65

4.3.4	Pemanfaatan Media Digital dan Sosial dalam Komunikasi Perusahaan.....	74
4.4	Pembahasan.....	75
4.4.1	Strategi Public Relations	76
4.4.2	Brand Awareness PT Matrik Cipta Elektindo.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		90
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran.....	91
5.2.1	Saran Akademis	91
5.2.2	Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN.....		101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Foto PT Matrik Cipta Elektindo	2
Gambar 1.2 Teknisi yang Sedang Bekerja	4
Gambar 1.3 Customer list yang mempercayai PT Matrik Cipta Elektindo Sumber : Dokumentasi pribadi diambil pada tanggal 05 Mei 2025	5
Gambar 2.1 Piramida Brand Awareness	23
Gambar 4.1 PT Matrik Cipta Elektindo	37
Gambar 4.2 struktur perusahaan PT. Matrik Cpita Elektindo.....	40
Gambar 4.3 Customer List Perusahaan.....	42
Gambar 4.4 Komunikasi Perusahaan pada Konsumen	58
Gambar 4.5 Highlights @Marik_Id	61
Gambar 4.6 Ulasan Google Review Matrik.....	62
Gambar 4.7 Penerapan 3S pada Perusahaan	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Hasil Penelitian Strategi Public Relations berdasarkan Model RACE PT Matrik Cipta Elektindo.....	85

