



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Rini Setyaningsih
44213110117

Strategi PT Midi Utama Indonesia Tbk dalam mempublikasikan Logo Baru (Studi Kasus Pada Department Operation Development 2015)
Jumlah halaman : 93 halaman + 5 lampiran
Bibliografi : 21 acuan , Tahun 2009- 2016

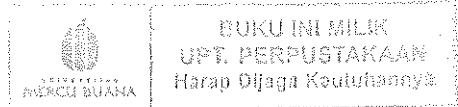
ABSTRAK

Strategi penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan sebagai upaya untuk menghadapi tantangan dan persaingan bisnis yang semakin ketat. Di dalam proses rebranding , tidak hanya sekedar melakukan perubahan atau penyempurnaan brand visual identity (tampilan) saja, akan tetapi juga upaya memperbaiki perilaku dan pola pikir (*brand behavior & brand mind identity*) sehingga selaras dan sesuai dengan budaya perusahaan. Salah satu cara memenangkan persaingan ini dengan melakukan publikasi . Tujuan dari publikasi logo baru ini adalah untuk memperkenalkan logo baru kepada masyarakat dan memberi pengertian mengenai makna dan nilai – nilai yang terkandung didalamnya.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui strategi PT Midi Utama Indonesia Tbk dalam mempublikasikan logo baru dengan menggunakan landasan teori fungsi Public Relations yang ada didalam buku *Scott, Cutlip and Broom* yaitu *Effective Public Relations*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi yang dilakukan PT Midi Utama Indonesia Tbk dalam mempublikasikan logo baru seperti tujuan publikasi, menentukan publik sasaran, kegiatan publikasi, anggaran dan evaluasi keberhasilan publikasi. Dengan demikian , peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai strategi yang dilakukan PT Midi Utama Indonesia dalam mempublikasikan logo baru.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT Midi Utama Indonesia Tbk dalam mempublikasikan logo baru sudah melakukan beberapa tahap perencanaan publikasi sesuai fungsi Public Relations. Dan *awareness* masyarakat terhadap logo baru PT.Midi Utama Indonesia Tbk dapat dikatakan berhasil dan dapat melewati fase pertama dari transformasi.



University of Mercu Buana
Faculty of Communication Science
Study Program of Public Relations
Rini Setyaningsih
44213110117

Strategy of PT Midi Utama Indonesia Tbk in publishing New Logo (Case Study
at Department of Operational Development 2015)
Total Content : 93 pages + 5 attachments
Bibliography : 21 references of 2009- 2016

ABSTRACT

As any effort the strategy is important for any organization or corporate to face more strictly challenges and business competition. In rebranding process, solely, it is not only change and improvement of brand visual identity (appearance) but also renewal or updating of *brand behavior & brand mind identity*), in order to adapt and conform with corporate culture. Any method or way to win this competition is by publication.

The objective of new logo publication is to introduce this new logo for public while giving understanding and meaning in terms of definition and values contained therein.

This research had been conducted in order to know strategy of PT Midi Utama Indonesia Tbk in publishing new logo by using theory and function foundation of Public Relations as written in book of *Scott, Cutlip and Broom*, ie, *Effective Public Relations*. It uses qualitative approach with descriptive type. The used research method is case study by interviewing some narrators.

Research result discusses the strategy conducted by PT Midi Utama Indonesia Tbk in publishing new logo such as publication objective, publication determination, publication activities, budget and evaluation of the achievement. As a result, this research is able to obtain illustration on strategy conducted by PT Midi Utama Indonesia in publishing new logo.

This research concludes that PT Midi Utama Indonesia Tbk in publishing new logo had conducted some stages of publication planning and in accordance with function of Public Relations. Meanwhile, community/public *awareness* against new logo of PT.Midi Utama Indonesia Tbk may be achieved successfully and pass from first phase of transformation.