



**PENGELOLAAN *MEDIA CAMPAIGN* YANG DIGUNAKAN OLEH HUMAS
KEMENTERIAN BUMN DALAM *REBRANDING* SLOGAN “BUMN HADIR
UNTUK NEGERI” JADI “BUMN UNTUK INDONESIA” TAHUN 2020**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-1)
Komunikasi bidang studi Public Relation

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nadia Donna Maria

44219110020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nadia Donna Maria

NIM : 44219110020

Konsentrasi : Public Relation

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya dengan judul: **Pengelolaan Media Campaign yang Digunakan Oleh Humas Kementerian BUMN dalam Rebranding Slogan BUMN Hadir Untuk Negeri jadi BUMN Untuk Indonesia tahun 2020** merupakan hasil karya sendiri yang benar atas keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusan dari pihak Universitas Mercu Buana. Tugas Akhir ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 19 Febuari 2022



Nadia Donna Maria



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGELOLAAN MEDIA CAMPAIGN OLEH
HUMAS KEMENTERIAN BUMN DALAM
REBRANDINGSLOGAN BUMN HADIR UNTUK
NEGERI JADI BUMN UNTUK INDONESIA
TAHUN 2020

Nama : Nadia Donna Maria
NIM : 44219110020
Jurusan : Public Relation
Fakultas : Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Februari 2022

Mengetahui,

**Dosen Pembimbing
(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : PENGELOLAAN MEDIA CAMPAIGN OLEH
HUMAS KEMENTERIAN BUMN DALAM
REBRANDINGSLOGAN BUMN HADIR UNTUK
NEGERI JADI BUMN UNTUK INDONESIA
TAHUN 2020

Nama : Nadia Donna Maria
NIM : 44219110020
Jurusan : Public Relation
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 19 Febuari 2022

Ketua Sidang
Drs Marwan Mahmudi, M.Si (.....)

Penguji Ahli
Haekal Fajri Amarullah, M.Comn (.....)

Dosen Pembimbing
Dewi Sad Tanti, M.Ikom (.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul Skripsi : PENGELOLAAN MEDIA CAMPAIGN OLEH
HUMAS KEMENTERIAN BUMN DALAM
REBRANDINGSLOGAN BUMN HADIR UNTUK
NEGERI JADI BUMN UNTUK INDONESIA
TAHUN 2020

Nama : Nadia Donna Maria
NIM : 44219110020
Jurusan : Public Relation
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jakarta, 19 Febuari 2022

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relation

(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Suryaning Hayati, SE, MM)

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas kebaikannya, penulis masih dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Pengelolaan Media Campaign Oleh Humas Kementerian BUMN dalam Rebranding Slogan BUMN Hadir Untuk Negeri jadi BUMN Untuk Indonesia tahun 2020. Skripsi ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti agar dapat mengikuti sidang akhir dan mendapatkan gelar Sarjana I Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Penulis menyadari betul akan hal tersebut karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Harapannya, semoga penelitian ini bermanfaat bagi penulis khususnya juga bagi pihak atau penulis lainnya yang sedang atau akan melakukan penelitian terkait *rebranding* dan kampanye. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan skripsi ini.

Dalam kesempatan kali ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis, baik bantuan secara pemikiran, emotional support dan lainnya:

- Orang Tua Penulis, Papa dan Mama yang sudah mendidik dan membantuku selama ini. Terima kasih atas kasih sayang dan perhatian yang selalu diberikan.
- Ibu Dewi Sad Tanti selaku pembimbing. Mohon maaf sebelumnya kalau penulis selama ini masih sering melakukan kesalahan dan skripsi ini masih jauh dari apa yang ibu harapkan.
- Rekan kerja di Café Kitsune Jakarta, terkhusus kepada Bapak Ariyanto, Bang Sabtian dan Claydio selaku MOD yang selalu membantu saya untuk request schedule sembari melakukan penelitian ini. Juga untuk rekan-rekan Department Guest Relation Officer, Dariel, Oni yang selalu mau menggantikan shift saya ketika saya harus izin atau menghadiri kelas kuliah online.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna, semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang sudah turut membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap atas saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABLE	x
ABSTRAK	xi
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Public Relation.....	18
2.2.2 Humas Pemerintah.....	23
2.2.3 Kampanye	25
2.2.4 Media Komunikasi Public Relation.....	34
2.2.5 Citra & Manajemen Reputasi	37
2.2.6 Branding & Rebranding.....	42
BAB III.....	50
METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Paradigma Penelitian	50
3.2 Metode Penelitian	51

3.3	Subyek Penelitian.....	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1	Data Primer	54
3.4.2	Data Sekunder.....	55
3.5	Teknik Analisis Data.....	56
3.6	Teknik Keabsahan Data	58
BAB IV		60
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.1.1	Sejarah Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN)	60
4.1.2	Tugas Pokok Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN)	63
4.1.3	Fungsi Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN).....	63
4.1.5	Struktur Organisasi Kementerian BUMN	67
4.2	Hasil Penelitian	69
4.2.1	Sejarah <i>Rebranding</i> Slogan “BUMN Untuk Indonesia”	69
4.2.2	Strategi Komunikasi Slogan “BUMN Untuk Indonesia”	72
4.2.3	Peranan Komunikasi Kementerian BUMN Dalam Mendukung Slogan “BUMN Untuk Indonesia”	76
4.3	Pembahasan.....	81
BAB V.....		86
KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	87
5.2.1	Saran Akademis	87
5.2.2	Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA		88

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4.1 Bentuk Logo Kementerian Badan Usaha Milik Negara..... 76
- Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kementerian BUMN..... 78



DAFTAR TABLE

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
-------------------------------------	----



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A