

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relation Nadia Donna Maria 44219110020

Judul : Pengelolaan Media Campaign yang Digunakan Oleh Humas Kementerian BUMN Dalam Rebranding Slogan “BUMN Hadir Untuk Negeri” jadi “BUMN Untuk Indonesia” tahun 2020

Jumlah 5 Bab, 113 halaman, 2 tabel, 2 gambar

ABSTRAK

Tahun 2020 merupakan tahun penting bagi Kementerian BUMN karena moment tersebut bersamaan dengan pergantian Menteri yang diikuti dengan pergantian identitas baru perusahaan termasuk slogan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengelolaan media campaign yang digunakan oleh Humas Kementerian BUMN dalam rebranding “BUMN Hadir Untuk Negeri” menjadi “BUMN Untuk Indonesia” pada tahun 2020. Penelitian ini akan menggambarkan bagaimana pengelolaan Media Kampanye Kementerian BUMN dalam merebranding slogan “BUMN Hadir Untuk Negeri” menjadi “BUMN Untuk Indonesia”

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah tentang public relation dan peran public relation khususnya Humas Pemerintah, kampanye dan media kampanye, dan rebranding dan efeknya kepada citra dan reputasi perusahaan.

Hasil penelitian ini, didapat bahwa langkah yang digunakan dalam media campaign oleh Humas Kementerian BUMN dalam rebranding slogan BUMN Hadir Untuk Negeri menjadi BUMN Untuk Indonesia merupakan arahan dari Pak Erick agar lebih mengena ke Indonesia. Slogan itu diluncurkan bersamaan dengan peluncuran logo Kementerian BUMN pada tanggal 1 Juli 2020.

Kata Kunci : Kementerian BUMN, Rebranding, Pengelolaan Media Campaign, Media Sosial