



**AKTIVITAS *BRANDING* PT. CITRA WAHANA TEKNOLOGI
DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PERUSAHAAN**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Disusun Oleh:
Iin Tarminih
44215110133**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iin Tarminih
Nim : 44215110133
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul : **Aktivitas Branding PT Citra Wahana Teknologi Dalam Membangun Brand Awareness Perusahaan** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 25 Agustus 2022
Yang Membuat Pernyataan



Iin Tarminih

Mengetahui

Pembimbing I

Ketua Bidang Studi

(Dr. Irmulansati T, S.H., M.Si)

(Suryaning Hayati, SE, MM. M.Ikom)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : In Tarminih
Nim : 44215110133
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Aktivitas *Branding* PT Cipta Wahana Teknologi Dalam
Membangun *Brand Awareness* Perusahaan

Jakarta, 05 September 2022
Mengetahui

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Irmulansati T, S.H., M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **Aktivitas *Branding* PT Cipta Wahana Teknologi Dalam
Membangun *Brand Awareness* Perusahaan**

Nama : Iin Tarminih

Nim 44215110153

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 05 September 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Suryaning Hayati, SE,MM. M.Ikom)

(Dr. Irmulansati T, S.H., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Iin Tarminih
Nim : 44215110133
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Aktivitas *Branding* PT Cipta Wahana Teknologi Dalam
Membangun *Brand Awareness* Perusahaan

Jakarta, 05 September 2022

Ketua Sidang :




UNIVERSITAS
MERCU BUANA




(Anindita. S. Pd. M.Ikom)

Penguji Ahli :



(Dr. Enjang Pera Irawan, M.Ikom)

Pembimbing :



(Dr. Irmulansati T, S.H., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur puji dan syukur kehadirat Allah Subhanu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan seminar Skripsi ini, yang merupakan tugas untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Dan semoga shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan alam Habibana Wanabiyana Muhammad S.A.W., kepada keluarganya, dan kepada semua sahabatnya. Skripsi ini berjudul Maksud penelitian ini adalah untuk mengetahui Aktivitas Branding PT Citra Wahana Teknologi Dalam Membangun *Brand Awareness* Perusahaan. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam kelancaran menyelesaikan Skripsi ini.

Dalam penyusunan dan penulisan tesis ini penulis banyak menemui hambatan hambatan, namun berkat rahmat serta karunia Allah Subhanu Wa Ta'ala serta bantuan semua pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Dr Irmulansati. T, S.H., M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia memberikan waktu dan ilmu yang luar biasa kepad apenulis sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Suryaning Hayati,SE,MM,M.IKOM selaku Dosen Pembimbing Akademik serta Ketua Bidang Studi Public Relations.
3. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi atas

dukungan yang terus diberikan selama masa perkuliahan

4. Para narasumber yaitu yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi untuk kepentingan penelitian ini.
5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah berbagi ilmunya yang sangat berharga kepada penulis, sehingga sangat banyak pelajaran positif yang bisa penulis pahami dan penulis jadikan acuan pembelajaran disaat penulis sudah berhasil merealisasikannya ke dunia kerja.

Akhir kata semoga dengan segala kebaikan dan bantuan dari semua pihak yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin. Sebagai penutup, penulis berharap semoga menjadikan skripsi ini sebagai hasil karya yang dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.

Jakarta, 5 Agustus 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

In Tarminih

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
a. Manfaat Akademis.....	9
b. Manfaat Praktis.....	9
c. Manfaat Sosial.....	9
BAB II Tinjauan Pustaka	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 <i>Public Relations</i>	13
2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i>	13
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	14
2.2.3 Peran <i>Public Relations</i>	18
2.2.4 Aktivitas <i>Public Relations</i>	19
2.3 Strategi <i>Branding</i>	20
2.4 <i>Brand Image</i> dan <i>Digital Branding</i>	26
2.4.1 Definisi <i>Brand Image</i>	26
2.4.2 Manfaat <i>Brand Image</i>	29
2.4.3 <i>Brand</i> dan Implementasinya dalam Organisasi	30

2.4.4 <i>Digital Branding</i>	41
2.5 Teori <i>Brand Awareness</i>	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Paradigma Penelitian	47
3.3 Metode Penelitian	48
3.4. Subyek Penelitian	49
3.5. Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1. Data Primer	50
3.5.2. Data Sekunder	52
3.6 Teknik Analisis Data	53
3.7 Teknik Keabsahan Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4. 1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Sejarah VR/AR	62
4.2 Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 <i>Brand Image</i> SHINTA VR	67
4.2.2 Aktivitas <i>Branding</i> SHINTA VR.....	72
4.3 Pembahasan	76
4.3.1 Mengenalkan Teknologi VR/AR Kepada Publik Lewat Aktifitas <i>Branding</i>	77
4.3.2 Media Sebagai Sarana Publikasi SHINTA VR.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran	87
5.2.1 Saran Praktis	87
5.2.2 Saran Akademis	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Konsep Kunci Branding.....	40
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Acara Millealab	78
Gambar 4.2 Foto Acara yang Diadakan SHINTA VR.....	79
Gambar 4.3 Salah Satu Publikasi SHINTA VR.....	83

