



**STRATEGI HUBUNGAN MASYARAKAT LEMBAGA SERTIFIKASI PROFESI
PENULIS DAN EDITOR PROFESIONAL DALAM MENSOSIALISASIKAN
ASESMEN JARAK JAUH SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 KEPADA
PARA PRAKTISI PERBUKUAN DAN PROFESIONAL UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Satu 1 (S-1) Komunikasi Program Studi Public Relations

UNIVERSITAS
Disusun Oleh:
MERCU BUANA
AMELIA DWI STEVANY

44220110018

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

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Dwi Stevany
NIM : 44220110018
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Strategi Hubungan Masyarakat
Lembaga Sertifikasi Profesi
Penulis dan Editor Profesional
dalam Mensosialisasikan Asesmen
Jarak Jauh Selama Masa Pandemi
Covid-19 Kepada Para Praktisi
Perbukuan dan Profesional untuk
Meningkatkan Brand Awareness

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 28 Desember 2022



Amelia Dwi Stevany



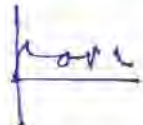
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi ini diajukan oleh:

Nama : Amelia Dwi Stevany
NIM : 44220110018
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga
Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Selama Masa Pandemi Covid-19 Kepada Para Praktisi Perbukuan dan Profesional untuk Meningkatkan Brand Awareness

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom	()
NIDN	0726067701	
Ketua Penguji	: Dr. Irmulansati T, M.Si	()
NIDN	0330077301	
Penguji Ahli	: Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.	()
NIDN	0311036703	

Menyetujui Ketua Bidang Studi Public Relations



Suryaning Hayati, M.I.Kom., M.M.

Jakarta, 28 Desember 2022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliawati, M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Amelia Dwi Stevany
NIM : 44220110018
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Strategi Hubungan Masyarakat
Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Selama Masa Pandemi Covid-19 Kepada Para Praktisi Perbukuan dan Profesional untuk Meningkatkan Brand Awareness

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Desember 2022

Yang menyatakan,



Amelia Dwi Stevany



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Amelia Dwi Stevany

44220110018

Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Selama Masa Pandemi Covid-19 Kepada Para Praktisi Perbukuan dan Profesional untuk Meningkatkan Brand Awareness.

Bibliografi: 5 Bab 142 hal + Lampiran + 27 Buku + 6 Internet

ABSTRACT

This thesis discusses the “Public Relations Strategy of Professional Certification Body for Professional Writer and Editor in Disseminating Remote Assessment During the Covid-19 Pandemic to Bookkeepers and Professionals to Increase Brand Awareness”. This research uses a qualitative approach with a case study method. The type of research used is descriptive research type. The subject of this research is the Public Relations of the Professional Certification Body for Professional Writer and Editor, the the object of research is the socializations of Remote Assessment through sending letters between institutions as well as uploading fliers and infographics on social media which are made to attract public attention.

The lack of public interest the certification test during the Covid-19 pandemic was due to the bad economic situation, so the community focused more on survival first. The theory used in this study is the 4 Step Concept and the 7C’s Communication Concept. The concept is used to support research in the form of supporting factors as well as strategies to overcome the problems that occur.

The results of this study state the Public Relations Strategy of the Professional Certification Body for Professional Writer and Editor socialize Remote Assessment through social media in the form of uploading fliers and infographics that can boost public interest in carrying out Remote Assessment.

Keywords: Strategy, Public Relations, Socialization, Remote Assessment, Professional Certification Body for Professional Writer and Editor.



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Amelia Dwi Stevany

44220110018

Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Selama Masa Pandemi Covid-19 Kepada Para Praktisi Perbukuan dan Profesional untuk Meningkatkan Brand Awareness.

Bibliografi: 5 Bab 142 hal + Lampiran + 27 Buku + 6 Internet

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang ‘Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Selama Masa Pandemi Covid-19 Kepada Para Praktisi Perbukuan dan Profesional untuk Meningkatkan Brand Awareness’. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah Humas Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional, lalu untuk objek penelitian yaitu sosialisasi Asesmen Jarak Jauh melalui pengiriman surat antar lembaga serta unggahan flier dan infografis di media sosial yang dibuat untuk menarik perhatian masyarakat.

Kurangnya ketertarikan masyarakat dalam uji sertifikasi pada masa pandemi covid-19 dikarenakan situasi ekonomi yang buruk, sehingga masyarakat lebih memfokuskan untuk bertahan hidup terlebih dahulu. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini yakni Konsep *4 Step* dan Konsep *7C's Communication*. Konsep tersebut digunakan untuk mendukung penelitian berupa faktor pendukung dan faktor penghambat serta strategi dalam mengatasi permasalahan yang terjadi.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Strategi Humas Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh melalui media sosial yang berupa unggahan *flier* dan infografis yang dapat mendongkrak minat masyarakat untuk melaksanakan Asesmen Jarak Jauh.

Kata kunci: Strategi, Humas, Sosialisasi, Asesmen Jarak Jauh, Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional yang beralamat di Jalan Kramat Raya Komplek Ruko Maya Indah No. 5H, Senen, Jakarta Pusat.

Penulis mengangkat judul **“Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Selama Masa Pandemi Covid-19 Kepada Para Praktisi Perbukuan dan Profesional untuk Meningkatkan Brand Awareness”** sebagai tugas akhir dalam memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar kesarjanaan strata satu (S.I.Kom.) di Fakultas Ilmu Komunikasi program studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan segala hormat, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan waktunya selama penulisan tugas akhir skripsi ini dan juga segenap dosen-dosen lainnya yang memberikan masukan dan arahan selama pengujian seminar proposal sampai sidang akhir.
2. Ibu Epik Finilih selaku Manajer Humas dan Ibu Rina Tumiar selaku staf Humas Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai terkait penelitian yang dibuat oleh
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, serta Ibu Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.I.Kom., selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.

4. Kedua orang tua, Papa dan Mama yang selalu mendukung penulis dengan memberikan kasih sayang yang tidak terbatas, selalu mendoakan dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. Kepada Aldy, Harry, dan Fahmi serta teman-teman penulis yang selalu membantu, *support*, dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Serta pihak-pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi ini.

Jakarta, 28 Desember 2022

Penulis



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Komunikasi	22
2.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi	23
2.2.4 Proses Komunikasi	25
2.2.5 Tujuan Komunikasi	26
2.2.6 Hambatan Komunikasi	27
2.2.7 Prinsip Komunikasi	28
2.2.8 Strategi	28
2.2.9 Strategi Hubungan Masyarakat	29
2.2.10 Definisi Hubungan Masyarakat	33

2.2.11	Sosialisasi	34
2.2.12	Model 7 C's Communication	35
2.2.13	Asesmen Jarak Jauh.....	37
2.2.14	Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional	39
2.2.15	Covid-19	42
2.2.16	<i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	43
BAB III		45
METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Paradigma Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian	46
3.3	Subjek Penelitian.....	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1	Data Primer	51
3.4.2	Data Sekunder	53
3.5	Teknik Analisis Data.....	54
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	56
BAB IV.....		58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.1	Susunan Organisasi.....	61
4.1.2	Dasar Hukum dan Acuan Sertifikasi Profesi	65
4.1.3	Identifikasi Pemangku Kepentingan dan Prospek Pengguna	67
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan	70
4.1.5	Tujuan Perusahaan	71
4.2	Hasil Penelitian.....	72
4.2.1	Strategi Humas dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional Selama Masa Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Brand Awareness.....	72
4.2.2	Hambatan yang Terjadi dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional Selama Masa Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan Brand Awareness.....	87
4.3	Pembahasan.....	90
4.3.1	Strategi Hubungan Masyarakat Lembaga Sertifikasi Profesi Penulis dan Editor Profesional dalam Mensosialisasikan Asesmen Jarak Jauh Selama Masa Pandemi Covid-19 untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	91
BAB V.....		101

SIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Saran	103
5.2.1 Saran Akademis.....	103
5.2.2 Saran Praktis	104
Daftar Pustaka	105
LAMPIRAN I:.....	108
LAMPIRAN II:.....	112
LAMPIRAN III:.....	120
LAMPIRAN IV:.....	124
LAMPIRAN V:.....	127
LAMPIRAN VI:.....	128
LAMPIRAN VII:.....	132
LAMPIRAN VIII:.....	134
LAMPIRAN IX:.....	136
LAMPIRAN X:.....	137
LAMPIRAN XI:.....	138



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	19
----------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	11
Gambar 2.2.....	29
Gambar 4.1	69
Gambar 4.1.2.....	77
Gambar 4.2.....	88

