



**PENGELOLAAN PROGRAM PR PT. CINEMAXX GLOBAL PASIFIK
DALAM PROSES REBRANDING MENJADI CINEPOLIS**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Livya Levina
44215120084

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Pengelolaan Program PR PT.Cinemaxx Global Pasifik
Dalam Proses Rebranding Menjadi Cinepolis**

Nama : Livya Levina

Nim : 44215120084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 27 Agustus 2020

Mengetahui,
Pembimbing

(Anindita,S.Pd, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Pengelolaan Program PR PT.Cinemaxx Global Pasifik
Dalam Proses Rebranding Menjadi Cinepolis**

Nama : Livya Levina

Nim : 44215120084

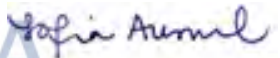
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

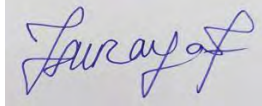
Jakarta, 27 Agustus 2020

Ketua Sidang
Sofia Aunul, M.Si


UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(.....)

Penguji Ahli
Dr. Suraya, M.Si


(.....)

Pembimbing
Anindita, S.Pd, M.Ikom


(.....)

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Pengelolaan Program PR PT.Cinemaxx Global Pasifik
Dalam Proses Rebranding Menjadi Cinepolis**

Nama : Livya Levina

Nim : 44215120084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 27 Agustus 2020

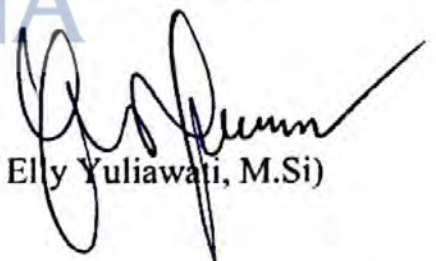
Disetujui dan Diterima Oleh,

Pembimbing



(Anindita,S.Pd, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyio, M.Comn, Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Livya Levina
Nim : 44215120084
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: **Pengelolaan Program PR PT.Cinemaxx Global Pasifik dalam Proses Rebranding menjadi Cinapolis**. Adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri, untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada, baik yang diduplikasi atau tidak, kecuali pada bagian kutipan yang dicantumkan dengan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiatisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 9 Agustus 2020





Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Livya Levina
44215120084

Pengelolaan Program PR PT. Cinemaxx Global Pasifik Dalam Proses Rebranding
Cinemaxx Menjadi Cinepolis
Jumlah halaman: 5 Bab 70 hal + 26 Lampiran
Bibliografi: 7 Buku + 5 Jurnal + 1 Sumber Online

ABSTRAK

Public Relations memiliki peranan dalam setiap organisasi baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non-komersial, begitupula dengan pengelolaan program *Public Relations* yang sangat penting untuk dilakukan bagi perusahaan yang akan melakukan *Rebranding*, guna mendapatkan kembali perhatian masyarakat sehingga *brand* yang baru menjadi dikenali oleh masyarakat atau khalayak.

Penelitian ini menggunakan landasan teori menurut teori Scott M Cutlip & Allen H. Center yang menjelaskan bahwa terdapat 4 landasan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan yaitu *Research-listening, Planning – Decision, Communication – Action, Evaluation*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif dan Teknik Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan 4 narasumber (*Public Relations, Social Media Specialist* dan 2 orang Penonton Reguler) serta observasi mendalam. Paradigma yang digunakan adalah post positivistik, dengan pendekatan kualitatif tipe deskriptif.

Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa pengelolaan program *Public Relations* yang dilakukan oleh PT.Cinemaxx Global Pasifik selama proses *Rebranding* menjadi Cinepolis, sesuai dengan 4 langkah pokok yang menjadi landasan pelaksanaan program kerja kehumasan menurut Scott M. Cutlip & Allen H. Center.

Kata Kunci: Pengelolaan Program *Public Relations*, PT.Cinemaxx Global Pasifik, Rebranding



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Livya Levina
44215120084

PR Program Management of PT. Cinemaxx Global Pacific in the process of Rebranding Cinemaxx to become Cinepolis
Number of pages: 5 Chapter 70 pages +26 Appendix
Bibliography: 7 Books + 5 Journals + 1 Online Source

ABSTRACT

Public Relations has a role in every organization, both commercial and non-commercial organizations, as well as the management of the Public Relations program which is very important for companies that are going to rebrand, in order to get back the public's attention so that new brands become recognized by the community. or audiences.

This study uses a theoretical basis according to the theory of Scott M Cutlip & Allen H. Center which explains that there are 4 foundations for implementing public relations work programs, such as Research-listening, Planning - Decision, Communication - Action, Evaluation.

The research method used in this research is descriptive qualitative and data collection techniques are carried out through interviews with 4 sources (Public Relations, Social Media Specialist and 2 regular viewers) and in-depth observation. The paradigm used is post-positive, with a descriptive type of qualitative approach.

The results of this study indicate that the management of the Public Relations program carried out by PT. Cinemaxx Global Pasifik during the Rebranding process to become Cinepolis is in accordance with the 4 main steps that are the basis for implementing the public relations work program according to Scott M. Cutlip & Allen H. Center.

Keywords: Public Relations Program Management, PT.Cinemaxx Global Pasifik, Rebranding

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan senantiasa menyertai sehingga skripsi yang berjudul “**Pengelolaan Program PR PT. Cinemaxx Global Pasifik dalam proses Rebranding menjadi Cinepolis**” ini dapat dilakukan. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk dapat memenuhi syarat kelulusan di Universitas Mercu Buana. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat berjalan dengan baik tanpa dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala bimbingan dan motivasi, saran serta dukungan selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Kepala Bidang Studi Public Relations, serta jajaran petinggi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen FIKOM Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang berguna kepada penulis selama proses perkuliahan di Universitas Mercu Buana, juga untuk seluruh staff TU Fikom yang telah membantu Proses administrasi.
6. Orang tua saya, suami saya serta seluruh keluarga yang selalu memberikan semangat, dan senantiasa mendoakan serta mendukung selama masa perkuliahan saya.

7. Sepupu dan Sahabat saya, Nadya & Raras yang telah banyak membantu serta mendoakan selama proses pembuatan skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang terlibat selama proses pembuatan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tak luput dari kesalahan maupun kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi peningkatan yang lebih baik di masa mendatang.



Tangerang, 29 Agustus 2020

Peneliti

Livya Levina

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABTRACK | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis..... | 7 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 7 |
| 1.4.3 Manfaat Sosial..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 8 |
| 2.1.1 Tabel Penelitian | 12 |
| 2.2. Kajian Teori..... | 15 |
| 2.2.1 Pengertian Public Relations..... | 15 |
| 2.2.1.1 Peran Public Relations..... | 17 |
| 2.2.1.2 Tujuan Pulic Relations..... | 18 |
| 2.2.1.3 Fungsi Public Relations..... | 19 |
| 2.2.1.4 Pengelolaan Program PR..... | 20 |
| 2.2.2 Pengertian Rebranding..... | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.2.1 Faktor Penyebab Rebranding | 22 |
| 2.2.2.2 Tujuan Rebranding..... | 24 |
| 2.2.3 Peran PR dalam Rebranding | 24 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 26 |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 26 |
| 3.2 Tipe Penelitian..... | 26 |
| 3.3 Metode Penelitian | 27 |
| 3.4 Subjek Penelitian..... | 29 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 30 |
| 3.5.1 Data Primer..... | 30 |
| 3.5.2 Data Sekunder..... | 31 |
| 3.6 Teknik Analisis Data..... | 31 |
| 3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data..... | 32 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 35 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 35 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi..... | 35 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 37 |
| 4.2.1 Research Listening..... | 37 |
| 4.2.2 Planning Decision..... | 40 |
| 4.2.3 Communication Action..... | 44 |
| 4.2.3.1 Instagram..... | 51 |
| 4.2.4 Evaluation..... | 55 |
| 4.2.5 Rebranding PT. Cinemaxx Global Pasifik..... | 56 |
| 4.3 Pembahasan..... | 63 |

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 73 |
| 5.1 Simpulan | 73 |
| 5.2 Saran | 75 |
| 5.2.1 Saran Akademis..... | 75 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |
| LAMPIRAN | 78 |



UNIVERSITAS
MERCU BUANA