



**AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PADA PROSES *REBRANDING* PT.
NONA MANIS KREATIF (NOIS ART DECORATION)**

TUGAS AKHIR

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun oleh:
Rendi Budi Utama

44217120025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rendi Budi Utama
NIM : 44217120025
Bidang Studi : *Public Relations*
Alamat : Jl. Jaya Raya No.12, RT 5, RW 9, Kel. Cengkareng Barat, Kec.
Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11730
Email, No. HP : rendibudiutama@gmail.com, 082113816485

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “**Aktivitas *Public Relations* pada Proses *Rebranding* PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)**” adalah murni hasil karya saya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau duplikasi dari penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti melakukan tindakan plagiat, saya bersedia menerima sanksi pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



(Rendi Budi Utama)

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relations*



(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.)



(Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.Ikom.)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PADA PROSES
REBRANDING PT. NONA MANIS KREATIF (NOIS
ART DECORATION)**

Nama : Rendi Budi Utama

NIM : 44217120025

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 21 Desember 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PADA PROSES
REBRANDING PT. NONA MANIS KREATIF (NOIS ART
DECORATION)**

Nama : Rendi Budi Utama


NIM : 44217120025

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 21 Desember 2021

Ketua Sidang
(Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.I.Kom.)  (.....)

Penguji Ahli
(Dr. A. Rahman, H.I., M.Si.)  (.....)

Dosen Pembimbing
(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.)  (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* PADA PROSES
REBRANDING PT. NONA MANIS KREATIF (NOIS ART
DECORATION)**

Nama : Rendi Budi Utama
NIM : 44217120025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 21 Desember 2021
Disetujui dan diterima oleh:

Dosen Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relations*

(Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.)

(Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.Ikom.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

**Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi**

(Dr. Elly Yuliawati., M.Si.)

(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Aktivitas *Public Relations* pada Proses *Rebranding* PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)”.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Program Studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Jakarta. Di dalam pengerjaan skripsi ini, telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

- 1) Drs. Marwan Mahmudi, M.Si., selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingannya yang telah menuntun dan membantu menyelesaikan tulisan ini.
- 2) Dr. Elly Yuliawati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
- 3) Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
- 4) Suryaning Hayati, S.E., M.M., M.Ikom., selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations*.
- 5) Orang tua penulis, Tan Endi Budiutama dan Rury Rarantika, serta keluarga peneliti atas doa, dukungan, dan motivasi kepada peneliti.

- 6) Para Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah mengajar dan mendidik penulis dengan ilmu pengetahuan komunikasi yang bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
- 7) Pihak-pihak yang bersangkutan dengan skripsi ini yang telah memberikan inspirasi terhadap penulis untuk melakukan penelitian. Serta semua pihak yang telah membantu peneliti sehingga skripsi ini bisa diselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis selalu berusaha memperbaiki diri dan mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 21 Desember 2021

Penulis



Rendi Budi Utama

44217120025



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Rendi Budi Utama
44217120025

Aktivitas *Public Relations* pada Proses *Rebranding* PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)

Jumlah Halaman : xiv + 87 halaman

Daftar Pustaka : 38 Acuan, Tahun 2001-2020

ABSTRAK

Pada hakikatnya, *public relations* merupakan metode komunikasi yang meliputi berbagai teknik komunikasi. Di mana, di dalam kegiatannya, terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan / perusahaan dengan publiknya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *public relations* merupakan suatu fungsi manajemen. Di sini, diciptakan suatu aktivitas untuk membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi suatu lembaga / perusahaan di satu pihak dengan publik di pihak lain.

Teori yang digunakan adalah teori kesadaran merek dari Kotler dan Keller yang menyebutkan bahwa kesadaran merek merupakan kemampuan pelanggan dalam mengidentifikasi suatu merek pada kondisi yang berbeda dan dapat dilakukan dengan pengenalan merek serta pengingatan kembali terhadap suatu merek tertentu. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara.

Dari hasil penelitian melalui wawancara dengan informan dari PT. Nona Manis Kreatif, dapat disimpulkan bahwa strategi atau aktivitas komunikasi yang digunakan oleh *public relations* PT. Nona Manis Kreatif untuk meningkatkan kesadaran dan jumlah pelanggan di masa pandemi yaitu dengan menggunakan strategi *rebranding* dan memaksimalkan saluran komunikasi melalui media sosial Instagram.

Kata Kunci: COVID-19, Kesadaran, Komunikasi Organisasi, Pandemi, *Public Relations*



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Majoring Public Relations
Rendi Budi Utama
44217120025

Public Relations Activities in the Rebranding Process of PT. Nona Manis Kreatif
(Nois Art Decoration)

Number of Pages : xiv + 87 pages
Bibliography : 38 References, Year 2001-2020

ABSTRACT

In essence, public relations is a method of communication that includes various communication techniques. Where, in its activities, there is an effort to create a harmonious relationship between an agency / company and its public. Thus, it can be concluded that public relations is a management function. Here, an activity is created to foster and maintain a favourable attitude for an institution / company on the one hand and the public on the other.

The theory used is the theory of brand awareness from Kotler and Keller which states that brand awareness is the ability of customers to identify a brand in different conditions and can be done by brand recognition and recall of a particular brand. This research uses descriptive qualitative research with data collection techniques through interviews.

From the results of research through interviews with informants from PT. Nona Manis Kreatif, it can be concluded that the communication strategy or activity used by public relations at PT. Nona Manis Kreatif to increase awareness and the number of customers during the pandemic is by using a rebranding strategy and maximising communication channels through social media Instagram.

Keywords: *Awareness, COVID-19, Organisational Communication, Pandemic, Public Relations*

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Komunikasi	21
2.2.1. Pengertian Komunikasi	21
2.2.2. Fungsi Komunikasi	22
2.2.3. Tujuan Komunikasi	23
2.3. Komunikasi Organisasi	24
2.3.1. Pengertian Komunikasi Organisasi	24
2.3.2. Publik Organisasi	29
2.4. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	30
2.5. <i>Public Relations</i> sebagai <i>Method of Communication</i>	32
2.6. Aktivitas <i>Public Relations</i>	33
2.6.1. <i>Internal Public Relations</i>	33
2.6.2. <i>External Public Relations</i>	33
2.7. Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>).....	34
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Paradigma Penelitian.....	38
3.2. Metode Penelitian.....	39
3.3. Subyek Penelitian	40
3.3.1. <i>Key Informant</i>	41
3.3.2. Informan	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1. Data Primer	43

3.4.2. Data Sekunder	44
3.5. Teknik Analisis Data	44
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	46
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.1. Profil Singkat PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)	48
4.1.2. Visi dan Misi PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)	49
4.1.2.1. Visi PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)	49
4.1.2.2. Misi PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)	50
4.1.3. Struktur Organisasi PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)	50
4.1.4. Karakteristik Informan	53
4.2. Hasil Penelitian	54
4.2.1. Mendefinisikan Masalah (<i>Problem</i>)	56
4.2.2. Perencanaan dan Pemrograman	57
4.2.3. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi	59
4.2.4. Mengevaluasi Program	62
4.3. Pembahasan	64
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Simpulan	70
5.2. Saran	71
5.2.1. Saran Akademis	71
5.2.2. Saran Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1. Karakteristik Informan.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Instagram PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration).....	3
Gambar 1.2. Konten pada Halaman Instagram PT. Nona Manis Kreatif	7
Gambar 4.1. Logo PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)	48
Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT. Nona Manis Kreatif (Nois Art Decoration)	51
Gambar 4.3. Ulasan Pelanggan PT. Nona Manis Kreatif	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Wawancara	76
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	80
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian dari Fikom	85
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian dari Perusahaan	86
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup (CV) Penulis.....	87

