



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Public Relations

Moureen Subijanto

44209120085

Aktivitas Public Relations Dalam Mensosialisasikan Perubahan Corporate Brand Sekolah Kristen IPEKA Jakarta

Jumlah halaman :

Bibliografi : 30 Buku (Tahun 1998 - 2012)

ABSTRAK

Setiap organisasi membutuhkan Public Relations untuk mencapai tujuan Organisasi. Salah satu tujuan organisasi yaitu mempunyai citra yang baik dimata konsumen. Untuk mendapatkan citra perusahaan seorang Public Relations dalam melakukan berbagai program salah satunya membangun citra merek. Dalam membangun citra merek bisa dilakukan melalui *corporate branding*. Maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui fungsi Public Relations terhadap perubahan corporate brand Sekolah Kristen IPEKA Jakarta.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menguraikan tentang fungsi Public Relations dalam membangun citra merek Sekolah Kristen IPEKA Jakarta dengan menggunakan landasan teori fungsi Public Relations yang ada didalam buku Silih Agung Wisesa yaitu Strategi Public Relations. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil penelitian ini membahas mengenai fungsi Public Relations dalam membangun citra merek Sekolah Kristen IPEKA Jakarta terkait adanya rebranding serta mengidentifikasi divisi terkait yang menjalankan fungsi Public Relations, dikarenakan tidak adanya divisi Public Relations. Dengan demikian, penulis mampu mengidentifikasi fungsi Public Relations dalam membangun citra merek Sekolah Kristen IPEKA Jakarta.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya fungsi Public Relations dalam membangun citra merek Sekolah Kristen IPEKA Jakarta dilakukan oleh divisi Admisi & Kemitraan. Namun saran dari penulis agar divisi Public Relations diperlukan agar proses membangun citra merek ini bisa lebih terfokus dan sesuai dengan visi organisasi.

ABSTRACT

Every organization needs Public Relations to achieve organizational goals. One of the goals of the organization is to have a good image in the eyes of consumers. To get the image of a Public Relations firm in conducting various programs one of which establish a brand image. In building the brand image can be done through corporate branding. So the purpose of this study is to determine the function of Public Relations to change the corporate brand of IPEKA Christian School Jakarta.

Research carried out to find out, describe, and outlines about the function of Public Relations in building brand image IPEKA Christian school Jakarta by using the the theoretical basis of existing functions Public Relations in the book Silih Agung Wisesa namely Strategic Public Relations. This study used a qualitative approach with descriptive type. The method used is a case study to conduct in-depth interview to the informants.

Results of this study discusses the functions of Public Relations in building brand image IPEKA Christian School Jakarta related to the rebranding and identify related divisions that perform the function of Public Relations, because there is no division of Public Relations. Therefore, the authors were able to identify the function of Public Relations in building the brand image of the IPEKA Christian School Jakarta.

The study concluded that the function of Public Relations in building brand image IPEKA Christian School Jakarta conducted by the division Admission & Partnership. But the advice of the authors that the Public Relations division necessary for the process of building a brand image can be more focused and in accordance with the organization's vision.