

**STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* AIR MINUM DALAM
KEMASAN**

(Studi pada PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi)

SKRIPSI



Oleh :

Beta Salma Salsabila

NIM 1810521001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2022

**STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* DALAM
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* AIR MINUM DALAM
KEMASAN**

(Studi pada PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Muhammadiyah Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Ilmu Komunikasi

OLEH:

BETA SALMA SALSABILA

NIM. 1810521001

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2022



PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia, saya sampaikan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. ALLAH SWT karena atas izin dan karunia-Nyalah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga kepada ALLAH SWT pemilik alam semesta yang meridhoi dan mengabulkan segala doa;
2. Ibu tercinta Wiwik Retnowati dan Ayah tersayang Safuan Yusuf Effendy, yang telah memberi dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantuan doa dan tiada doa yang paling khusyuk selain doa yang terucap dari orang tua;
3. Untuk saudariku tersayang Brilliana Rahma dan Dzakiyyah Jihan Kamiila, yang telah memberikan dukungan secara moril untuk melakukan yang terbaik dalam menyusun skripsi ini.
4. Dosen pembimbing, Bapak Ir. H. Moh. Thamrin, M.Si. yang telah membimbing saya dengan sabar, yang mengingatkan betapa berharganya waktu, yang selalu memberi semangat dan wawasan dalam ketidaktahuan dengan nasihat dan motivasi. Terima kasih telah mengantarkan saya untuk mendapat gelar sarjana Ilmu Komunikasi;
5. Dosen pembimbing akademik, Bapak Kukuh Pribadi S.I.Kom., M.A. yang telah membimbing saya selama menjadi mahasiswa Ilmu komunikasi dan terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada saya;
6. Bapak Ibu Dosen, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terima kasih, yang juga telah mengajarkan ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat untuk saya;
7. Almamaterku, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember yang sangat saya banggakan dan saya junjung tinggi;
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018, yang telah menemani dari awal mahasiswa baru hingga lulus menjadi sarjana.;
9. Dan juga terima kasih untuk teman dekat saya Nurul, Astri, dan Gholin yang menemani selama saya penelitian, terima kasih banyak sudah memberi semangat serta dukungan dan menjadi bagian keluarga selama beberapa tahun ini;
10. Terimakasih kepada saya yang telah bertahan dan berjuang keras dalam menyusun tugas akhir ini.

MOTTO

“ Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri”
(QS – Ar Rad : 11)

“ Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS – Al Baqarah 286)

“Angin tidak akan berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan manguji kekuatan akarnya”
(Ali bin Abi Thalib)



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Beta Salma Salsabila
NIM : 1810521001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil-alihan, tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan/plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut, termasuk pencabutan gelar akademik saya.

Jember, 11 April 2022

Yang membuat pernyataan



Beta Salma Salsabila
NIM. 1810521001

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul: **STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* AIR MINUM DALAM KEMASAN** (Studi pada PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi)

Oleh:

Beta Salma Salsabila

NIM. 1810521001

Telah diperiksa dan disetujui oleh Tim Penguji

Jember, 11 April 2022

Pembimbing



Ir. H.M. Thamrin., M.Si

NIP.196108281993021001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Beta Salma Salsabila, dengan NIM 1810521001 ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 13 April 2022

Tempat : Gedung B, Lantai 3 Ruang 3.3, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Ketua,



Dr. Juariyah, M.Si
NIP. 196708061993032002

Sekretaris,



Ir. H.M. Thamrin, M.Si
NIP.196108281993021001

Anggota



Ari Susanti, S.Sos., M.Med.Kom
NPK. 19770401.1.1703807

Mengetahui:

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Jember

Dekan,



Dr. Juariyah, M.Si
NIP. 196708061993032002

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Jember, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Beta Salma Salsabila

NIM : 1810521001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas : Universitas Muhammadiyah Jember

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Jember Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS AIR MINUM DALAM KEMASAN** (Studi pada PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Universitas Muhammadiyah Jember berhak menyimpan, mengalihmediakan, memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jember

Pada Tanggal : 11 April 2022

Yang menyatakan,



Beta Salma Salsabila
NIM. 1810521001

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil ‘aalamiin dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS AIR MINUM DALAM KEMASAN** (Studi pada PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi) yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa tiada manusia yang sempurna didunia ini karena itu pasti mempunyai kekurangan. Penulis tidak lepas dari kekurangan itu, sehingga apa yang tertulis dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, merupakan kebanggaan bagi penulis apabila ada kritik maupun saran-saran yang baik merupakan bekal untuk melangkah kejalan yang lebih sempurna.

Pada kesempatan ini perkenankan penulis untuk mengucapkan rasa hormat dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Juariyah, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember
2. Bapak Sudahri, S.Sos., M.Ikom., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Ir. H.M. Thamrin, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini
4. *Public relations* PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi A. Holili, Manager Marketing PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi Ali Mansur, Staff bagian pemasaran M. Riyanto Wibowo, Isti Qomah, Ariyantono, dan mantan manager pabrik Airolas Bapak Cucuk Kasikeu yang telah bersedia memberikan waktu untuk wawancara serta direktur PT. Rolas Nusantara Mandiri Bapak Artha yang telah membantu saya dalam memberikan ijin penelitian.
5. Agen PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi, Bu Wiwik, Bapak Richent, Toko Alvina, dan Toko Sempana yang telah bersedia memberikan waktu untuk wawancara.

6. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jember

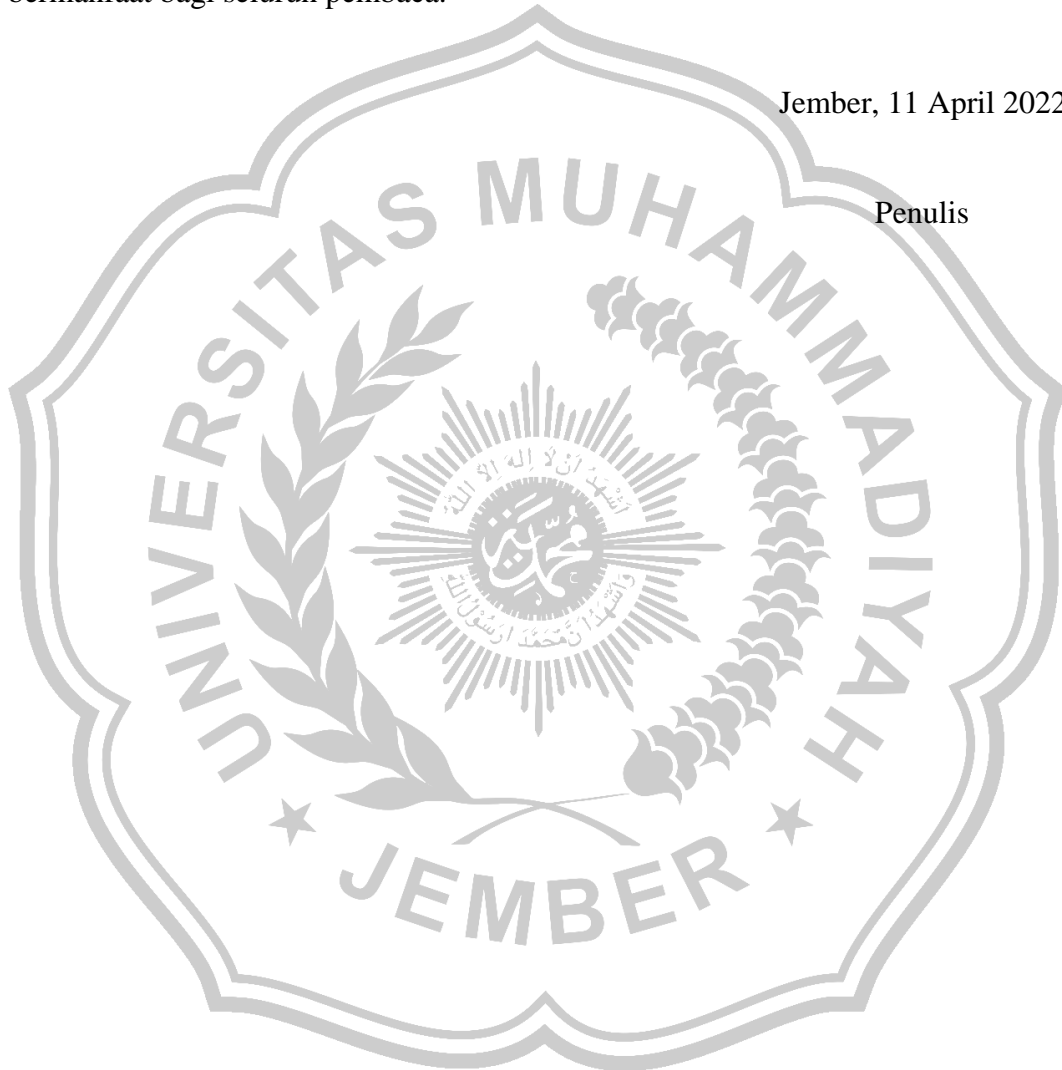
7. Semua pihak yang telah membantu hingga tersusunnya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas segala jasa-jasa, kebaikan-kebaikan serta bantuan-bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Akhirul kalam, penulis berharap semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jember, 11 April 2022

Penulis



DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN LOGO | ii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN | v |
| HALAMAN PERSETUJUAN | vi |
| HALAMAN PENGESAHAN | vii |
| HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA | viii |
| KATA PENGANTAR | ix |
| ABSTRAK | xi |
| ABSTRACT | xii |
| DAFTAR ISI | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.5. Kerangka Pemikiran | 7 |
| 1.6. Hipotesis | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1. Hasil Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2. Strategi..... | 11 |
| 2.3. Komunikasi..... | 12 |
| 2.3.1. Definisi Komunikasi..... | 13 |
| 2.3.2. Tujuan Komunikasi | 13 |
| 2.3.3. Fungsi Komunikasi..... | 14 |
| 2.3.4. Unsur Komunikasi | 14 |
| 2.3.5. Tahapan Komunikasi..... | 15 |
| 2.4. <i>Public relations</i> | 16 |
| 2.4.1. Definisi <i>Public relations</i> | 16 |
| 2.4.2. Tujuan dan Fungsi <i>Public relations</i> | 16 |
| 2.5. Strategi <i>Public relations</i> | 17 |
| 2.6. <i>Brand awareness</i> | 19 |
| 2.6.1. Brand | 19 |
| 2.6.2. <i>Brand awareness</i> | 20 |
| 2.6.3. Tingkatan <i>Brand awareness</i> | 21 |
| 2.7. Strategi Pengembangan <i>Brand awareness</i> | 21 |
| 2.8. Strategi Meningkatkan <i>Brand awareness</i> | 22 |
| 2.9. AMDK | 24 |
| 2.10. Analisis SWOT..... | 24 |

| | |
|--|-----------|
| 2.11. Teori PENCILS | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1. Jenis Penelitian | 27 |
| 3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian | 27 |
| 3.3. Sumber Data | 27 |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| 3.5. Teknik Penentu Sumber Data | 29 |
| 3.6. Teknik Analisis Data | 30 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 31 |
| 4.1. Gambaran Umum PT. Rolas Nusantara Mandiri..... | 31 |
| 4.1.1. Sejarah PT. Rolas Nusantara Mandiri | 31 |
| 4.1.2. Visi dan Misi PT Rolas Nusantara Mandiri | 31 |
| 4.1.3. Struktur Organisasi | 34 |
| 4.1.4. Harga Produk AMDK..... | 34 |
| 4.2. Hasil Penelitian..... | 35 |
| 4.2.1. Analisis SWOT..... | 35 |
| 4.2.2. Teori PENCILS | 35 |
| 4.3. Pembahasan | 37 |
| 4.3.1. Strategi <i>public relations</i> PT. Rolas Nusantara Mandiri Banyuwangi dalam membangun <i>brand awareness</i> berupa membangun relasi dengan pelanggan, membangun hubungan dengan masyarakat, dan membangun hubungan dengan instansi pemerintahan..... | 37 |
| 4.3.2. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Oleh PT. Rolas Nusantara Mandiri Dalam Membangun <i>Brand awareness</i> Produk AMDK..... | 44 |
| 4.3.3. Faktor seperti daya beli konsumen dan promosi produk serta tingkat produksi AMDK berpengaruh dalam membangun <i>brand awareness</i> produk AMDK PT. Rolas Nusantara Mandiri | 49 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 57 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 57 |
| 5.2. Saran | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA | 61 |
| DAFTAR LAMPIRAN | 63 |