

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

Skripsi, 16 Agustus 2023

DheaAnggriani (2019140020)

**“Strategi *Public Relations* Dalam Melakukan *Rebranding* Perusahaan
Konsultan *Public Relations* (Studi Deskriptif Perubahan Logo G-
Communications Indonesia Menjadi G-Comm.id),**

(93 hal + 14 gambar + 4 tabel + 28 lampiran)

ABSTRAK

Fenomena *rebranding* suatu perusahaan seringkali digunakan untuk menempatkan posisi merek yang baru secara terbuka terhadap konsumen, pesaing dan *stakeholdernya*, *rebranding* yang diimplementasikan secara efektif mampu memperluas pengenalan brand hingga meningkatkan target pasar. Tujuan pada penelitian dapat mengetahui Strategi *public relations* dalam proses Publikasi, *Event*, *News Community Involment* yang dilakukan pada kegiatan *rebranding* PT. Gemilang Indonesia Sukses Mulia, pada kegiatan *rebranding*, Metode penelitian menggunkan deskriptif, dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi dan studi literatur. Hasil penelitian strategi *rebranding* logo G-Communications Indonesia menjadi G-Comm.id melalui empat Proses yaitu Publikasi, *Event*, *News Community Involment* , pertama, publikasi G-Comm.id memanfaatkan media sosial instagram dan website yang memiliki pesan perusahaan agency yang akan selalu berkembang dan bertransformasi menjadi lebih baik sesuai dengan makna dari log G-Comm.id, *Event* yang dilaksanakan G-Comm kegiatan jalan sehat dan *shourt course* yang berupa webinar atau pun kelas online, pada proses *News* dari G-Comm.id berupa press release kegiatan yang G-Comm.id lakukan, opini terkait isu terkini serta layanan yang G-Comm.id tawarkan dan untuk Menjaga hubungan baik dengan klien dengan, menjaga komunikasi dan memberikan solusi pada setiap permasalahan yangada selain itu melibatkan klien dalam melakukan *rebranding* logodalam menampung masukan dari klien dan memberikan hadiah apabila ada klien yang berulang tahun.

Daftar Pustaka :13 Buku, 12 Jurnal, 5 Website, 2 Referensi lain

Dosen Pembimbing : Dr.Nani Nurani Muksin, M.Si

Kata Kunci : Strategi *Public Relations* , *Rebranding* , G-Comm.id