

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA FALKUTAS ILMU  
SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS**

**Skripsi, 14 Agustus 2023**

**Rany Syaamila 2019140066**

**MARKETING PUBLIC RELATIONS SANG PISANG DALAM  
MENAMBAH BRAND AWARENESS**

**ABSTRAK**

Sang Pisang merupakan bisnis di bidang *food and beverage* yang dimiliki oleh Putra dari Bapak Presiden Jokowi yaitu Kaesang Pangarep bersama pebisnis asal Makassar, Ansari Kadir. Sang Pisang lahir pada tahun 2017 dengan menyajikan produk berbahan dasar pisang. Sang Pisang baru melakukan rebranding pada November 2022 dengan menghadirkan konsep terbaru yaitu perubahan outlet, logo, visual, *design packaging*, dan menghadirkan beberapa variasi menu baru, sehingga perlu adanya aktivitas yang dapat menambah brand awareness. Sang Pisang melakukan implementasi marketing dengan menggunakan *marketing public relations* untuk memberikan komunikasi kepada para konsumennya yang bersifat edukatif dan informatif dengan menggunakan media sosial dan beberapa kegiatan offline. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Sang Pisang mengimplementasikan *marketing public relations* dalam menambah *brand awareness*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Marketing Public Relations* (Kotler dan Keller, 2012). Pendekatan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini ialah Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dan teknik pengumpulan data melalui observasi, interview, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Marketing Public Relations* Sang Pisang yang dilakukan dengan berbagai strategi seperti *Publications* (Publikasi) dengan menggunakan sosial media, event, konferensi pers, dan *podcast*, *Identity Media* (Identitas Media) dengan melakukan perubahan pada logo, visual, dan outlet, *Marketing Public Relations Activity* (Kegiatan Marketing Public Relations) untuk via online menggunakan sosial media seperti *Twitter*, *Tiktok*, dan *Instagram* sedangkan via offline yaitu dengan melakukan konferensi pers, event, *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan *podcast*, *Public-Services Activities* (Pelayanan Aktivitas Publik) dengan melakukan CSR seperti kegiatan Samtama, penyerahan sumbangan, serta beberapa bantuan kemanusiaan lainnya berhasil dalam menambah *Brand Awareness*.

**Daftar Pustaka : 15 Buku, 24 Jurnal, 5 Website**

**Kata Kunci : Public Relations, Marketing Public Relations, Brand Awareness**

**Dosen Pembimbing : Syifa Astasia Utari, S.I.Kom., M.Si**