

**SKRIPSI**

**IMPLEMENTASI *PUBLIC RELATIONS DIGITAL* DALAM  
MEMBANGUN *BRAND AWARENESS* PERUSAHAAN  
*FINANCIAL TECHNOLOGY***



**Disusun oleh:**

**Joseph Clinton Leo Agung  
NIM. 1171650012**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2019**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630  
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

---

**PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN**

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Joseph Clinton Leo Agung  
NIM : 1171650012  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat

Menyatakan bahwa laporan penelitian ini adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan duplikasi dari orang lain. Saya setuju, karya ilmiah ini di *upload* pada pusat informasi yang lebih luas dan umum serta menjadi referensi bagi yang memerlukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

*Jakarta, 4 September 2019*

METERAI  
TEMPEL  
TGL. 20  
86015AEF582427843  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH  
  
(Joseph Clinton Leo Agung)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630  
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

---

## **PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN**

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Joseph Clinton Leo Agung  
NIM : 1171650012  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat

Dengan ini menyatakan, bahwa:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Hak Bebas Royalti noneksklusif atas laporan penelitian saya yang berjudul **“Implementasi *Public Relations Digital* dalam membangun *Brand Awareness* Perusahaan *Financial Technology*”**.
2. Universitas Kristen Indonesia-Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan serta menampilkan dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.
3. Saya bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Indonesia-Jakarta segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

*Jakarta, 4 September 2019*



**(Joseph Clinton Leo Agung)**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630  
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

---

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Joseph Clinton Leo Agung  
No. Induk Mahasiswa : 1171650012  
Program Studi/ Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : **Implementasi *Public Relations Digital* dalam membangun *Brand Awareness* Perusahaan *Financial Technology***

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

**TELAH DIUJI**

Jakarta, 8 Agustus 2019

Pembimbing,

**(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.)**

Dekan,

**(Angel Damayanti, S.IP., M.Si., M.Sc., Ph.D.)**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur -13630  
Telp. (021) 8092425, 8009091, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage : <http://www.uki.ac.id>

## **HASIL SIDANG SKRIPSI**

Nama mahasiswa : Joseph Clinton Leo Agung  
Nomor Induk Mahasiswa : 1171650012  
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Public Relations

### **TELAH MENEMPUH SIDANG SKRIPSI DAN MENYELESAIKAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Berjudul:

**“Implementasi *Public Relations Digital* Dalam Membangun *Brand Awareness*  
Pada Perusahaan *Financial Technology*”**

Dan dinyatakan **LULUS**, dengan Nilai/Predikat :

**78.3/A-/SANGAT MEMUASKAN**

*Jakarta, 23 Agustus 2019*

Ketua Sidang/Penguji I,

**Dr. Chontina Siahaan, SH., M.Si.**

Penguji II,

**Marshella Gloria Narida, S.S., M.A.**

Penguji III,

**Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.**

Dekan,

**Angel Damayanti, M.Si., M.Sc., Ph.D.**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630  
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

---

### **LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Joseph Clinton Leo Agung  
No. Induk Mahasiswa : 1171650012  
Program Studi/ Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : **Implementasi *Public Relations Digital* dalam membangun *Brand Awareness* Perusahaan *Financial Technology***

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari tim penguji dalam sidang skripsi sebagaimana tertulis dalam hasil sidang skripsi pada **8 Agustus 2019**.

*Jakarta, 29 Agustus 2019*

Penguji II,

**Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.**

Penguji III/Pembimbing,

**Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.**

Ketua Sidang/Penguji I,

**Dr. Chontina Siahaan, SH., M.Si.**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630  
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

---

## **LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM**

**“Implementasi *Public Relations Digital* dalam membangun *Brand Awareness*  
Perusahaan *Financial Technology*”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa, isi CD-ROM Laporan Penelitian sama  
dengan revisi akhir.

*Jakarta, 8 September 2019*

**Joseph Clinton Leo Agung**

Menyetujui:

Pembimbing,

**Singgih Sasongko, SIP. M.Si.**

Ketua Program Studi,

**Singgih Sasongko, SIP. M.Si.**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat kasih, anugrah dan bimbingan-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia. Adapun judul skripsi yang diambil sebagai bahan bahasan adalah **“Implementasi *Public Relations Digital* Dalam Membangun *Brand Awareness* Perusahaan *Financial Techonology*”**.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, saya menyadari banyaknya bantuan, bimbingan dan dorongan yang diberikan oleh berbagai pihak yang sangat berarti untuk penulis. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terimakasih yang sangat besar terhadap Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, serta pertolongannya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Angel Damayanti, S. Sos., M.Si., M.Sc selaku Dekan Fisipol Universitas Kristen Indonesia.
3. Bapak Singgih Sasongko, SIP.M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi dan juga Dosen Pembimbing saya, terimakasih atas semua bimbingan bapak dan dukungan bapak saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada orang tua penulis, Robert H. Sianipar dan Erlisa Simamora. Terimakasih atas dukungan dana dan doanya hingga saya mampu menempuh pendidikan sampai saat ini.



5. Saudari kandung tersayang Caroline Cassandra Ratuolivia penulis atas dukungan moril, materil, hiburan, side job, dan lainnya yang tidak bisa nyatakan dalam tulisan.
6. Citra Tresna Asih selaku *Social Media Specialist* dan Aditya Nugroho selaku *Social Media Officer* yang memberikan kesempatan bekerja sama dalam startup Jenius dan tidak sungkan memberikan akses informasi dan menjadi informan penelitian.
7. Semua pihak yang tidak disebutkan telah mendukung penulis selama proses pembuatan sampai pada proses akhir terselesikan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih.

Saya menyadari karya ilmiah ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu saya mohon maaf jika terdapat kesalahan di dalamnya. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan membutuhkannya.

Jakarta, 2 Agustus 2019

(Joseph Clinton Leo Agung)

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Sitematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	9
1. Komunikasi.....	9
2. <i>Public Relations</i> .....	11
3. <i>Era Digital</i> .....	13
4. <i>Public Relations Digital</i> .....	16
5. Fungsi dan Tugas <i>Public Relations Digital</i> .....	21
6. Peran <i>Public Relations Digital</i> .....	28
7. Tujuan dan Sasaran Kegiatan <i>Public Relations Digital</i> .....	30

8. Merek ( <i>Brand</i> ) .....	34
9. <i>Brand Awareness</i> .....	35
10. Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	37
11. Teori Difusi Inovasi.....	39
B. Kerangka Teoritis .....	42
C. Kerangka Berpikir.....	43

### **BAB III METODOLOGI**

A. Pendekatan Penelitian .....	44
B. Metode Penelitian .....	45
C. Metode Pengambilan Informan .....	46
D. Sumber Data.....	48
E. Metode Pengumpulan Data .....	49
F. Teknik Analisis Data .....	51
G. Teknik Interpretasi Data .....	53
H. Keabsahan Data .....	53

### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum.....	54
1. Sejarah Perusahaan .....	54
2. Visi & Misi .....	55
3. Profile <i>Key informan dan informan</i> .....	56
4. Logo Jenius .....	57
5. Struktur Perusahaan .....	58
B. Hasil Penelitian .....	59

1. Tugas <i>Public Relations Digital</i> Jenius.....	59
2. Peran <i>Public Relations Digital</i> Jenius .....	63
3. Implementasi <i>Public Relations Digital</i> Jenius dalam membangun <i>Brand Awareness</i> .....	66
4. Teori Difusi Inovasi.....	68
5. Observasi .....	73
6. Dokumentasi.....	77
C. Interpretasi Data.....	79

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Kerangka Teoritis.....	42
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	43
Tabel 4.3 Struktur Perusahaan .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	38
Gambar 4.1 Logo Jenius .....	57
Gambar 4.2 Logo Jenius dengan <i>tagline</i> .....	57
Gambar 4.3 Akun Instagram @jeniusconnect .....	77
Gambar 4.4 Akun Twitter @jeniusconnect.....	78
Gambar 4.5 Akun Facebook Jenius Connect .....	78
Gambar 4.6 Jenius mendapatkan penghargaan Rising Brand 2019 .....	79

## ABSTRAK

- A. Joseph Clinton Leo Agung (1171650012)
- B. FISIPOL/Illmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
- C. x + 89 Halaman + 2 Lampiran
- D. 22 Buku + 7 Web
- E. Singgih Sasongko, SIP.M.Si
- F. **“Implementasi *Public Relations Digital* dalam membangun *Brand Awareness* Perusahaan *Financial Techonology*”**

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mendatangkan banyak perubahan dalam berbagai bidang profesi di Indonesia salah satunya bagi *public relations* (PR). Pada saat ini, PR dituntut untuk dapat bekerja mengikuti perkembangan teknologi salah satunya dengan menjadi *public relations digital* khususnya bagi PR pada sebuah industri financial yang terkait dengan teknologi yaitu fintech (*financial technology*). Pada tanggal 11 Agustus 2016, Jenius diluncurkan sebagai salah satu fintech Life Finance pertama dibawah bank BTPN. Jenius berusaha memosisikan mereknya sebagai mudah, pintar, dan aman untuk menarik para masyarakat melek *digital*. Sebagai perusahaan baru, Jenius cukup sukses dalam industry fintech dibandingkan bank lainnya. Maka, PR *digital* Jenius memiliki tugas besar untuk membangun *brand awareness* perusahaannya. Ini sangat menarik bagi peneliti untuk di gali lebih jauh mengenai bagaimana implementasi PR *digital* Jenius dalam membangun *brand awareness*?

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data diambil dari wawancara dan observasi yang isinya di analisis dengan cara interpretasi. Teknik sampling menggunakan teknik *purposive sampling*, memilih Citra Tresna Asih selaku *Social Media Specialist* dan Aditya Nugroho selaku *Social Media Officer*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan, bahwa PR *digital* Jenius telah mengimplementasikan *Huddle*, *Social media monitoring*, *Complaint Handling*, *Social Media Management*, *Social Media Campaign*, dan *Analytic* dalam membangun *brand awareness* dengan baik. Dampak dari pembangunan *brand awareness* ini membuat Jenius sukses mendapat 1.2 juta pengguna dan mendapatkan berbagai penghargaan dalam waktu 3 tahun.

**Kata Kunci:** *Public Relations Digital*, *Brand Awareness*, dan *Financial Technology* (*fintech*).

## ABSTRACS

- A. Joseph Clinton Leo (1171650012)
- B. Faculty of Social Science and Politics/Communication Studies/Public Relations
- C. x + 89 Pages + 2 Appendixes
- D. 22 Books + 7 Websites
- E. Singgih Sasongko,SIP.M.Si
- F. **“The implementation of digital Public Relations in building Financial Technology Company brand awareness”**

The development of communication and information technology has brought in many changes in various areas profession in Indonesia, one of them is public relations (PR). At the present time, PR are required to can work closely follow the developments technology one of them is by being public relations digital especially for PR on a financial industry associated with technology that is fintech (financial technology). In August 11 2016, Jenius launch as one of the first Fintech Life Finance under BTPN bank. Jenius trying to position the brand as simple, smart, and save to attract the digital savvy people. As a new company, Jenius is quite successful in fintech industry compared to other banks. So Jenius PR digital have a big job to build their organization brand awareness. This is interesting for researchers to investigate further on how the implementation of digital PR in building brand awareness?

This research applies descriptive-qualitative method. Data collection is worked through interview and observation which are the materials for analysis using interpretation. Sampling technique is purposive sampling, placing Citra Tresna Asih the Social Media Specialist as the key informant and one other officials as common informants Aditya Nugroho the Social Media Officer.

The results of this study indicate, that the implementation of digital PR through Huddle, Social Media Monitoring, Complaint Handling, Social Media Management, Social Media Campaign, and Analytic are quite significant in building brand awareness. The impact of the brand awareness has made Jenius successful to have 1.2 million users and get various award in 3 years

**Key words: *Public Relations Digital, Brand Awareness, dan Financial Technology(fintech)***