

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PAWON SINEMA KOTA KEDIRI
DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE PRODUCTION HOUSE***

SKRIPSI



OLEH

MUCHAMAD NURCHOLIS

NIM. 933504419

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PAWON SINEMA KOTA KEDIRI
DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE PRODUCTION HOUSE***

Disusun oleh:

Muchamad Nurcholis

933504419

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Ropingi, M.Pd

NIP. 19720267 199903 1 002

Dosen Pembimbing II



Diah Handayani, M.Si

NIP. 19791216 200801 2 024

NOTA DINAS

Kediri, 15 Januari 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) Berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No.7 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Muchamad Nurcholis

NIM : 933504419

Judul : **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PAWON SINEMA KOTA
KEDIRI DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE*
*PRODUCTION HOUSE***

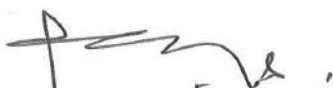
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjanan Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian nota dinas dibuat, mohon dimaklumi dan atas kesediaan bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

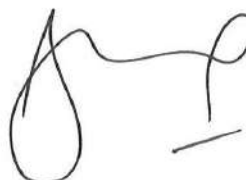
Pembimbing I



Dr. Ropingi, M.Pd

NIP. 19720267 199903 1 002

Pembimbing II



Diah Handayani, M.Si

NIP. 19791216 200801 2 024

HALAMAN PENGESAHAN

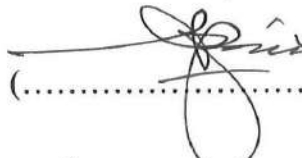
STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PAWON SINEMA KOTA KEDIRI DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE PRODUCTION HOUSE*

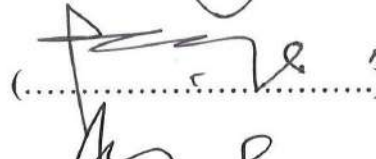
MUCHAMAD NURCHOLIS
NIM. 933504419


Telah Diujikan Depan Sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 4 Januari 2024

Tim Penguji:

1. Penguji Utama
Dr. Taufik Alamin, M.Si
NIP. 19720725 200604 1 003
2. Penguji I
Dr. Ropingi, M.Pd
NIP. 19720267 199903 1 002
3. Penguji II
Diah Handayani, M.Si
NIP. 19791216 200801 2 024


(.....)


(.....)


(.....)

Kediri, 15 Januari 2024
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah


Dr. H. A. Halil Thahir, M.H.I
NIP. 19711121 200501 1 006

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PAWON SINEMA KOTA KEDIRI
DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE PRODUCTION HOUSE***

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Sosial (S.Sos)

OLEH

MUCHAMAD NURCHOLIS

NIM. 933504419

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2024

MOTTO

(﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ ۱۸۱ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ ۱۸۲ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُمْسِدِينَ ۚ ۱۸۳ ﴾)
الشعراء/٢٦: ١٨١-١٨٣

Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain. Timbanglah dengan timbangan yang benar. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi. (Asy-Syu'ara'/26:181-183)

Merek adalah keseluruhan cara seseorang memandang organisasi tertentu. Branding adalah tentang membentuk persepsi tersebut
-ASHLEY FRIEDLEIN-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, sungguh perjuangan yang cukup panjang telah aku lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Sebagai ungkapan terima kasih, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Pahlawanku, Bapak Kasrun. Beliau memang tidak pernah merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai Sarjana.
2. Pintu surgaku, Ibu Saminah. Beliau tidak pernah berhenti mendoakan yang terbaik untuk penulis disetiap sujudnya. Terima kasih telah menjadi penguat dan pengingat paling hebat.
3. Nenek. Beliau selalu mendoakan yang terbaik untuk keberhasilan setiap langkah penulis dalam mencapai impian.
4. Diri sendiri. Selalu mampu menguatkan dan meyakinkan bahwa semua akan selesai pada waktunya dan telah berjuang di titik ini.
5. Motivasiiku, Siti Lailatun Nafiah. Perempuan hebat setelah ibuku yang selalu memberikan dukungan untuk keberhasilan penulis.
6. Kakak ipar, Alfin Thoha Lazuardi yang selalu menjadi bagian dari hidup penulis.
7. Rasmadi, sepupu yang telah banyak membantu proses perkuliahan, dan berbagi pengalaman hidup.
8. Ahmad Al Faruq dan Ivan Luthfi Amirudin, M.Pd., teman rasa saudara di Kost Alhidayah yang selalu bersama.

9. Muhammad Ihwan dan Adhika Rifki Al Farid, sahabat di perantauan yang telah banyak membantu, menjadi tempat cerita, serta mengajarkan banyak hal kebaikan.
10. Aizatil Lailiyah, Zulfi Setyawan A. S, Hariyanto Setiawan, Afrila Salsabila, sahabat yang saling mendukung dalam menyelesaikan skripsi.
11. Khaila Aliya, Teman di sosial media yang telah banyak membantu.
12. Teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran angkatan 2019, terima kasih telah menjadi bagian perjalanan hidup penulis selama dalam masa-masa perkuliahan.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muchamad Nurcholis
NIM : 933504419
Tempat tanggal lahir : Tuban, 14 November 2000
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah
Judul : **Strategi *Public Relations* Pawon Sinema Kota Kediri
Dalam Membangun *Brand Image Production House***

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila kemudian hari, skripsi ini mengandung plagiat, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai ketentuan yang berlaku.

Kediri, 15 Januari 2024

Hormat Saya,



Muchamad Nurcholis
NIM. 933504419

ABSTRAK

MUCHAMAD NURCHOLIS, Dosen Pembimbing Dr. Ropingi, M.Pd dan Diah Handayani, M.Si., Strategi *Public Relations* Pawon Sinema Kota Kediri Dalam Membangun *Brand Image Production House*, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2023.

Kata kunci: Citra Merek, Hubungan Masyarakat, Pawon Sinema Strategi Hubungan Masyarakat

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan, Pawon Sinema merupakan salah satu pelaku ekonomi kreatif sub sektor film, animasi, dan video yang ada di Kota Kediri telah berhasil membangun brand yang kuat dan dikenal, job dan kolaborasi yang dikerjakan mulai dari ranah Jawa Timur hingga nasional, setiap perusahaan tentunya ingin menciptakan atau membangun citra positif dimata masyarakatnya, strategi *public relations* memiliki peran penting dalam membangun *brand image* lebih dikenal dan yang membedakan diri mereka dari industri kreatif yang lain, melalui strategi yang efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* Pawon Sinema Kota Kediri dalam membangun *brand image production house* dengan menggunakan konsep utama bauran P.E.N.C.I.L.S. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dari sisi perusahaan dan *klien*-nya, serta observasi pada media sosial Instagram Pawon Sinema dan studi kepustakaan. Data yang diperoleh kemudian akan diperiksa menggunakan teknik triangulasi sumber. Kemudian data akan direduksi menjadi sistematis dan disajikan dalam bentuk teks, gambar, tabel, dan didukung dengan bukti yang valid sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pawon Sinema sudah melakukan ketujuh strategi *public relations* dalam bauran P.E.N.C.I.L.S. Strategi yang paling berhasil dalam membangun *brand image*-nya, yaitu *publication*, dan yang masih kurang maksimal dilakukan, yakni *event*. Dalam hal ini, Pawon Sinema memilih menggunakan media sosial, khususnya Instagram sebagai media utamanya. Pawon Sinema ingin membangun *brand image* sebagai jasa pembuatan video profil dengan karakteristik kebudayaan, harga yang terjangkau, hasil yang memuaskan, dan tidak mau masuk ke bisnis *wedding* yang sudah banyak pelaku usahanya, maka dari itu Pawon Sinema hadir untuk memberikan solusi menerjuni bisnis tersebut dan pendiri memainkan peran utama dengan menggunakan elemen tradisional seperti batik dan blangkon sebagai identitas merek untuk mendukung *branding* kebudayaan. Secara keseluruhan, strategi *public relations* yang dilakukan Pawon Sinema sudah cukup baik dan sesuai dengan konsep yang digunakan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalamin puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Strategi *Public Relations* Pawon Sinema Kota Kediri Dalam Membangun *Brand Image Production House*”.

Penulis menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. A. Halil Tahir, M.HI selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
3. Ibu Siti Amanah, M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Dr. Ropingi, M.Pd dan Ibu Diah Handayani, M.Si selaku Dosen Pembimbing skripsi terima kasih atas bimbingan, arahan, dan saran dalam penyelesaian skripsi penulis.
5. Bapak Dr. Taufik Alamin, M.Si yang telah banyak memberi masukan dan saran untuk penulisan skripsi ini.
6. dr. Zainal Andy S, M.H., C.M.C., *Founder* Pawon Sinema Kota Kediri tempat penelitian yang selalu mendukung dan memberikan pengalaman berharga khususnya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Narasumber, yang telah memberikan tempat, waktu, dan informasi yang dibutuhkan penulis terkait penelitian.

8. Teman-teman Program Studi Komunikasi dan Penyiaran angkatan 2019, terima kasih telah menjadi bagian perjalanan hidup penulis selama dalam masa-masa perkuliahan.

Penulis hanya mampu mendoakan, semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat ganda ganda, dan semoga karya tulis in bermanfaat bagi penulis khususnya, dan pembaca pada umumnya.

Kediri, 15 Januari 2024

Hormat Saya,

Muchamad Nurholis
NIM. 933504419

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAM AN PERNYATAAN KEASLIAAN.....	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep	7
F. Penelitian Terdahulu	12
BAB II LANDASAN TEORI	18
A. <i>Public Relations</i>	18
1. Pengertian <i>Public Relations</i>	18
2. Strategi <i>Public Relations</i>	21
B. Brand Image	23
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	23
2. Indikator-indikator <i>Brand Image</i>	26
C. <i>Personal Selling</i>	27

BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	29
B. Kehadiran Peneliti	30
C. Lokasi Penelitian	30
D. Data dan Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Instrument Pengumpulan Data	33
G. Pengecekan Keabsahan Data	34
H. Teknik Analisis Data	35
I. Tahap-tahap Penelitian	37
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	39
A. Deskripsi Objek Penelitian	39
B. Paparan Data	46
C. Temuan Penelitian	86
BAB V PEMBAHASAN	92
A. Teori <i>Public Relations</i> oleh Thomas L Harris (P.E.N.C.I.L.S)	92
B. Strategi <i>Public Relations</i> oleh Pawon Sinema dalam Prespektif Teori P.E.N.C.I.L.S	93
C. Indiator-indikator <i>Brand Image</i>	108
D. <i>Personal Selling</i>	115
BAB VI PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN	125
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	142

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1 Bisnis Usaha Pariwisata Ekonomi Kreatif Kota Kediri.....	40
TABEL 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan Pawon Sinema.....	43
TABEL 4.3 Produk dan Layanan	43
TABEL 4.4 Peralatan yang dimiliki Pawon Sinema	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Pawon Sinema.....	42
Gambar 4.2 Program Kerja Pawon Sinema.....	50
Gambar 4.3 <i>Behind the Scenes</i>	52
Gambar 4.4 <i>Behind the Scenes</i> TVC.....	53
Gambar 4.5 Tempat Syuting.....	55
Gambar 4.6 <i>Channel</i> Youtube Pawon Sinema.....	56
Gambar 4.7 Pemateri di Doss School.....	58
Gambar 4.8 Hasil Karya Pawon Sinema.....	60
Gambar 4.9 Hasil Karya Pawon Sinema.....	62
Gambar 4.10 Diskusi dengan klien yang berasal dari California.....	64
Gambar 4.11 <i>Press Conference</i> dengan Media.....	65
Gambar 4.12 Klien dari UMKM Kota Kediri.....	67
Gambar 4.13 Perkumpulan dengan Komunitas.....	68
Gambar 4.14 Juara Lomba IJTI Jawa Timur.....	70
Gambar 4.15 Piagam Penghargaan Polres Kediri.....	71
Gambar 4.16 Sertifikat dan Legalitas Hukum Brand.....	75
Gambar 4.17 Hasil Karya Pawon Sinema.....	77
Gambar 4.18 Diskusi dengan klien dari California.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi	126
Lampiran 2 Pedoman Wawancara <i>Founder</i> dan Karyawan	133
Lampiran 3 Pedoman Wawancara pada Klien	134
Lampiran 4 Surat Izin Riset 1 IAIN Kediri	136
Lampiran 5 Surat Izin Riset 2 IAIN Kediri	137
Lampiran 6 Daftar Konsultasi 1	138
Lampiran 7 Daftar Konsultasi 2	140