

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**PROSES *REBRANDING* BU WASI *CATERING* DALAM
MENJANGKAU KONSUMEN BARU OLEH CORNELLIA & CO
*PR AND MARKETING AGENCY***

**Diajukan kepada Program Studi D3 *Hubungan Masyarakat*
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md.)
Dalam Bidang Komunikasi Dengan Spesialisasi
Hubungan Masyarakat**



Oleh:

Safri Wira Fatimah

2017/PR/5240

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA**

2020

**HALAMAN PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**PROSES *REBRANDING* BU WASI *CATERING* DALAM
MENJANGKAU KONSUMEN BARU OLEH CORNELLIA & CO
*PR AND MARKETING AGENCY***

Diajukan kepada Program Studi D3 *Hubungan Masyarakat*

**Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md.)
Dalam Bidang Komunikasi Dengan Spesialisasi
Hubungan Masyarakat**

**Disusun oleh :
Safri Wira Fatimah
2017/PR/5240**

STIKOM
Disetujui oleh :
Dosen Pembimbing
**SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA**

Drs. Ahmad Muntaha, M.Si

NIK 002.2032.95

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan dihadapan dosen penguji Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 15 Juli 2020
Jam : 09.30 WIB
Tempat : Ruang Presentasi, STIKOM Yogyakarta

A. Drs. Ahmad Muntaha, M.Si.
(Pembimbing dan Penguji I)

B. Rofiq Anwar, S.I.P., M.A.
(Penguji II)

C. Firdha Irmawanti, M.A.
(Penguji III)

STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA

Mengesahkan :

Mengetahui :



R. Sumantri Reharjo, S. Sos M.Si

NIK.028.2031.02

Ketua STIKOM Yogyakarta

Djati Prasetyani Hadi, S.IP, M.A.

NIP. 197808142005012001

Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Safri Wira Fatimah
NIM : 2017/PR/5240
Judul Laporan : Proses Rebranding Bu Wasi *Catering* dalam
Menjangkau Konsumen Baru Oleh Cornellia & Co *PR*
and Marketing Agency

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat laporan berupa laporan ini bersifat orisinal, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja Profesional selama saya menempuh praktek kerja lapangan di Cornellia & Co *PR and Marketing Consultant Agency* Yogyakarta dengan bimbingan Dosen Pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (*copy – paste*) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah; disambung dalam catatan perut pada halaman tulisan.
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen – dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh,

Yogyakarta, 2 Juli 2020


METERAI
TEMPEL
TGL. 20
B952AAHF532385193
6000
ENAM RIBURUPIAH
Safri Wira Fatimah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan tugas akhir ini aku persembahkan kepada :

ALLAH SWT

ALLAH SWT, yang selalu ada dimanapun dan bagaimanapun hambanya berada. Selalu memberikan rahmat, nikmat, petunjuk dan hidayah, untuk hambanya mampu menjalani hidup di dunia hingga akhirat nanti. ALLAH SWT yang selalu mengingatkan saya untuk mampu bertahan dan berjuang agar mampu meniti kelas yang lebih tinggi.

ORANG TUA DAN KELUARGA

Terimakasih untuk bapak, dan ibu diatas sana, karena kalian saya bisa melihat dunia dengan segala isinya. Terimakasih bapak telah membesarkan saya, saya selalu bersyukur saya memiliki bapak seperti Pak Daris. Terimakasih kakek dan nenek yang selalu menjadi tempat yang saya sebut rumah. Terimakasih keluarga saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya. Saya akan berjuang untuk bisa menjadi yang lebih baik lagi.

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puja dan puji syukur kehadirat ALLAH SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya.

Laporan ini merupakan laporan kegiatan praktik kerja lapangan penulis di *Cornellia & Co PR and Marketing Agency* selama 3 bulan. Dalam jangka waktu penulis menjadi mahasiswa PKL di *Cornellia & Co*, penulis mendapat banyak sekali ilmu dari orang-orang hebat menjadikan penulis mampu menyelesaikan laporan akhir ini dengan bimbingan, arahan, dan motivasi yang diberikan. Dalam penyusunan laporan akhir ini pula penulis banyak diberikan dukungan, bantuan serta kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih dengan sepenuh hati kepada:

1. Bapak R. Sumantri Raharjo, S.Sos, M.Si, selaku ketua STIKOM Yogyakarta, serta dosen Program Studi Hubungan Masyarakat. Terimakasih bapak, untuk segala ilmu, motivasi, wawasan serta peluang-peluang yang bapak bagi pada saya dan teman-teman STIKOM.
2. Ibu Djati Prasetyani Hadi, S.IP, M.A selaku ketua Program Studi Hubungan Masyarakat. Terimakasih mbak Djati untuk ilmu dan pengalaman yang diajarkan pada saya dan teman-teman PR, terimakasih karena mbk djati saya bisa belajar lebih banyak untuk menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Bapak Drs. Ahmad Muntaha, M.Si, selaku dosen pembimbing laporan akhir serta dosen Program Studi Hubungan Masyarakat. Saya ingin mengucapkan terimakasih banyak dengan setulusnya karena saya bisa menjadi mahasiswi bimbingan bapak, saya merasa terhormat. Terimakasih bapak sudah dengan sangat sabar membimbing saya hingga akhir saya dapat menuntaskan penyusunan laporan ini dengan baik, terimakasih pula untuk motivasi serta ilmu yang bapak curahkan pada saya dan teman-teman Hubungan Masyarakat, tidak lupa terimakasih bapak telah memberikan saya peluang-peluang besar sehingga saya dapat belajar lebih banyak lagi.
4. Firdha Irmawanti, M.A, selaku dosen wali kelas dan dosen Program Studi Hubungan Masyarakat. Terimakasih mbak Firdha untuk selalu menjadi wali kelas yang dengan baik

hati menyempatkan waktu untuk mendengarkan opini-opini saya dan teman-teman Hubungan Masyarakat, terimakasih pula untuk bimbingan yang diberikan pada saya dan teman-teman sehingga kami memiliki gairah lebih tinggi dalam hal mengembangkan diri dan belajar didalam maupun diluar kegiatan perkuliahan.

5. Bapak, Ibu, Mbah kakung, Mbah putri, Lek Ni, Bue, Pakde Jazim, Bude Wartu, Mbak Lela dan keluarga semua. Terimakasih karena sudah selalu mendukung dan mendoakan saya. Terimakasih karena selalu bisa membuat saya berpikir ulang jika di dunia ini saya tidak sendirian. Terimakasih untuk kesabar, wejangan, ilmu dan suka duka yang mendewasakan dan mengajarkan saya untuk menjadi lebih baik dan terus lebih baik lagi.
6. Teman-teman PR 2017, Mbak Sari, Faton, Sasa. Terimakasih untuk *moment-moment* yang kita bagi bersama, terimakasih untuk selalu bisa membuat saya tersenyum lagi, terimakasih sudah mau menjadi teman saya melarikan diri dari dunia, terimakasih untuk kenangan-kenangan indah yang kita buat bersama, semoga kita akan terus menjadi teman, menjadi keluarga PR 17 seterusnya.
7. Kak Della. Terimakasih sudah selalu menjadi kakak terbaik di dunia. Terimakasih untuk motivasi, semangat, ilmu, dan senyuman yang Kak Del berikan tak lekang waktu dan ruang. Terimakasih untuk semua nya yang sudah saya lalui bersama kak Del, sayang kak Della sangat dan selalu.
8. Isyraq. Terimakasih untuk semuanya sahabatku, terimakasih untuk senyum semangat dan pengalaman-pengalaman yang kita bagi bersama.
9. Mbak Natalia. Terimakasih mbak Nat untuk semua motivasi, ilmu, semangat, dan bimbingan yang mbak bagi pada saya, saya merasa bersyukur bisa mengenal mbak Nat dengan semua pencapaian yang mbk Nat miliki, sehingga saya termotivasi dan terinspirasi untuk bisa menjadi lebih baik, lebih rajin, lebih berdedikasi pada semua hal baik di dunia ini.
10. Tim Cornellia & Co. Terimakasih untuk Bunda, Ibu, Mbak Nat, Mbak cici, mbak Nurul, dan semua senior-senior juga teman-teman magang saya di Cornellia & Co. Terimakasih karena sudah memberikan saya kesempatan yang besar belajar dengan orang-orang hebat. Terimakasih untuk ilmu dan pengalaman yang diajarkan sehingga saya dapat belajar untuk menjadi PR yang profesional. Terimakasih untuk masukan dan wawasan yang dibagi pada saya, sehingga saya mampu menjadi pribadi yang lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis menyadari atas kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan laporan PKL ini, sehingga penulis dengan senang hati untuk menerima kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat serta dapat digunakan sebagaimana mestinya. Terimakasih.

Yogyakarta, 2 Juli 2020

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a final horizontal stroke with a dot.

Safri Wira Fatimah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ETIKA AKADEMIK	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan	4
D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan	5
E. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan	6
F. Metode Pengumpulan Data.....	6
BAB II KERANGKA KONSEP	
A. Penegasan Judul	11
B. Konsep yang digunakan.....	12
1. Pengertian <i>Hubungan Masyarakat</i>	12
2. Peran <i>Hubungan Masyarakat</i>	12
3. Fungsi <i>Hubungan Masyarakat</i>	15
4. Pengertian <i>Brand</i>	17
5. Pengertian <i>Rebranding</i>	18
6. <i>Tujuan Rebranding</i>	19

7. Jenis Rebranding	20
8. Faktor Pendorong Rebranding	20
9. Proses Rebranding.....	24

BAB III PROFIL CORNELLIA & CO

A. Profil Cornellia & Co <i>PR and Marketing Agency</i>	26
B. Logo Cornellia & Co	27
C. Visi Cornellia & Co	28
D. Misi Cornellia & Co.....	28
E. <i>Services</i> Cornellia & Co	28
F. Struktur Organisasi Cornellia & Co.....	30
G. Divisi, Tanggungjawab dan Wewenang	30
H. Cornellia & Co <i>Respective Partner</i>	32

BAB IV KEGIATAN PKL DAN PEMBAHASAN

A. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan.....	35
Deskripsi Kegiatan PKL	49
B. Pembahasan.....	56
1. Analisis Rebranding Bu Wasi <i>Catering</i>	59
2. Perencanaan dan Pelaksanaan Rebranding Bu Wasi <i>Catering</i>	63
1. Logo	64
2. Waktu	67
3. Tujuan Citra yang Ingin Dicapai	68
4. Pangsa Pasar	68
5. Harga Produk	69
6. Media Promosi	70
7. Tempat/Titik Layanan.....	78
3. Evaluasi.....	79
C. Analisis	81

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Proses Rebranding	25
Gambar 3.1 Logo Cornellia & Co.....	27
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Cornellia & Co.....	30
Gambar 4.1 Poster Event Sharing Online Cornellia&Co	50
Gambar 4.2 Greeting Hari Wanita Internasional Cornellia&Co	51
Gambar 4.3 Konten Instagram Grid Charity WKD	52
Gambar 4.4 Dokumentasi Photo Bank Bu Wasi Catering	53
Gambar 4.5 Dokumentasi event Workshop CSR.....	55
Gambar 4.6 Logo Awal Bu Wasi Catering.....	64
Gambar 4.7 Logo Baru Bu Wasi Catering.....	65
Gambar 4.8 Spanduk Promosi Bulan Ramadhan Bu Wasi Catering	74
Gambar 4.9 Desain Promo Rice Bowl Bu Wasi Catering	75
Gambar 4.10. Desain Promo Rice Box Bu Wasi Catering	75
Gambar 4.11. Desain Promo Serundeng Bu Wasi Catering	76
Gambar 4.12 Desain Promo Parcel Bu Wasi Catering	76
Gambar 4.13 Greeting Dirumah Saja Bu Wasi Catering	76
Gambar 4.14 Kartu Nama Resmi Bu Wasi Catering	77
Gambar: 4.15 Flyer Edukasi Bu Wasi Catering.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel: 4.1 Daftar Kegiatan Penulis selama Praktik Kerja Lapangan.....	35
Tabel: 4.2 Minutes Meeting Bu Wasi Catering & Cornellia & Co	59
Tabel: 4.3 Minutes Meeting Bu Wasi Catering & Cornellia & Co	61
Tabel: 4.4 Unsur Pokok Rebranding Bu Wasi Catering	63
Tabel: 4.5 Segmen Pasar Bu Wasi Catering Sebelum dan Sesudah Melakukan Rebranding.....	69
Tabel: 4.6 Perbandingan Media yang Digunakan Bu Wasi Catering Sesudah dan Sebelum Rebranding.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Sertifikat <i>Intership</i> Cornellia & Co
Lampiran 2	Formulir Penilaian
Lampiran 3	<i>Minutes Meeting</i> Bu Wasi & Cornellia & Co Selasa 25 Februari 2020
Lampiran 4	<i>Minutes Meeting</i> Bu Wasi & Cornellia & Co Selasa 17 Maret 2020
Lampiran 5	Tabel Unsur Pokok <i>Rebranding</i> Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 6	Tabel SES Pangsa Pasar Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 7	Tabel Perbandingan Media yang digunakan Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 8	Bagan Proses <i>Rebranding</i>
Lampiran 9	Desain Logo Lama Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 10	Desain Logo Baru Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 11	Dokumentasi Paket Parcel Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 12	Dokumentasi Rice Bowl Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 13	Dokumentasi Rice Box Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 14	Dokumentasi Paket Lauk Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 15	Dokumentasi Empon-empon Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 16	Desain Promo Instagram Paket Sambal Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 17	Desain Promo Instagram Paket Rice Bowl Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 18	Desain Promo Instagram Paket Rice Box Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 19	Desain Promo Instagram Paket Lauk Parcel Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 20	Desain Promo Instagram Paket Parcel Bu Wasi <i>Catering</i>

Lampiran 21	Greeting <i>Campaign</i> Dirumah Saja
Lampiran 22	Kartu Nama Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 23	Spanduk Paket Ramadhan Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 24	Flyer Edukasi Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 25	Instagram Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 26	Facebook Bu Wasi <i>Catering</i>
Lampiran 27	Instrument Wawancara

ABSTRAK

Laporan ini mengangkat judul Proses *Rebranding* Bu Wasi *Catering* dalam Menjangkau Konsumen Baru Oleh *Cornellia & Co PR and Marketing Agency*. Laporan ini memiliki fokus pembahasan mengenai Proses *Rebranding* yang dilakukan oleh *Cornellia & Co* untuk Bu Wasi *Catering*. Proses *rebranding* dirasa perlu dilakukan oleh Bu Wasi *Catering* karena memiliki dua alasan mendasar yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti perlunya Bu Wasi *Catering* merevitalisasi nilai atau citra kuno pada pelayanan yang ditawarkan, dan faktor eksternal seperti Bu Wasi *Catering* perlu bersaing dan berkembang dengan kompetitor. Proses *rebranding* Bu Wasi *Catering* menggunakan tiga tahapan *rebranding* yaitu analisis, perencanaan, dan evaluasi, tahapan tersebut sesuai dengan teori dari *Daly & Moloney* (2004). Proses *rebranding* Bu Wasi *Catering* ini diharapkan mampu mengembalikan citra baik Bu Wasi *Catering* setelah mengalami krisis citra di masyarakat, serta menanamkan citra baru Bu Wasi *Catering* yang lebih modern, dinamis, serta inovatif.

Kata kunci: Proses *Rebranding*, *Public Relations*, Bu Wasi *Catering*, *Cornellia & Co PR and Marketing Agency*.