

Abstrak

Strategi *Branding Public Relation* PT. Riau Andalan *Pulp and Paper* (PT.RAPP) Dalam Memperkenalkan Batik Bono

Hendra Dwi Wibowo
(149110087)

Batik bono merupakan salah satu batik yang memiliki ciri khas tersendiri yaitu, diantaranya adalah batik bono merupakan salah satu batik yang menjadikan objek pariwisata menjadi motif pada suatu kain. Selain dari pada itu, batik bono merupakan batik yang diproduksi secara tradisional dan *modern* dan memiliki warna yang khas. Batik bono sebagai motif yang baru dimunculkan tentunya menjadi tantangan tersendiri hingga batik tersebut dapat diketahui dan dikenal oleh masyarakat. Adapun sistem *branding* yang dilakukan dengan turut serta pada acara pameran, baik pameran yang bersifat lokal, provinsi, ataupun nasional. Selain itu *branding* juga dilakukan melalui media sosial meliputi instagram dan twier. Berbagai upaya telah dilakukan, namun pada kenyataannya ketertarikan masyarakat terhadap batik bono masih sangat sedikit, terlihat dari jumlah minat pembeli akan batik bono, Oleh karena perlu diketahui strategi *branding* yang dilakukan oleh PT. RAPP untuk memperkenalkan batik bono. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan penyajian analisis secara deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian ini terdiri dari 6 orang. Subjek dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk menganalisa hasil penelitian ini menggunakan teknik analisis data interaktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam upaya memperkenalkan batik bono Departemen tersebut menggunakan Strategi *BrandingPublic Relation* meliputi Mengelola Ekuitas Merek Dari Waktu ke Waktu , yang meliputi empat langkah itu antara lain (1) Menentukan *Positioning* Merek, (2)Melakukan Pemasaran Merek, (3) Menganalisis Kinerja Merek dan Audit merek , (4) Membangun Nilai Merek. Dalam melakukan pengenalan dan *branding* batik bono, *Corporate Communication* dan *Community Development*dari PT. RAPP juga melakukan strategi yang mendukung langkah Mengelola Ekuitas Merek Dari Waktu ke Waktu ada 4 langkah yang dapat dilakukan perusahaan agar ekuitas merek juga terbangun dengan kuat, antara lain (1) Identifikasi segmen pasar dan target pasar, (2)Memahami PDB (*Positioning, Differentiation, Brand*) , (3) Menentukan tujuan komunikasi , (4) Tentukan rencana media .

Kata Kunci: Strategi, *Branding*, Batik Bono

Abstract

Public Relation Branding Strategy of PT. Riau Andalan Pulp and Paper (PT.RAPP) In Introducing Batik Bono

**Hendra Dwi Wibowo
(149110087)**

Batik bono is one of the batik that has its own characteristics, batik bono is one of the batik that makes the object of tourism to be a motif on a cloth. Batik bono is a batik that produced traditionally and modern and has a distinctive color. Batik bono as a newly emerging motif of course be a challenge to RAPP until the batik can be known by the public. RAPP branding system is done by participating in the exhibition, whether it is local, provincial, or national exhibitions. In addition, branding is also done through social media including instagram and twier. Various efforts have been done by RAPP but in fact, just few people interest in batik bono, it can be seen from the amount of interest buyers of batik bono product. Therefore, this research is done to know the branding strategy that undertaken by PT. RAPP to introduce batik bonos. This research uses qualitative method by presenting descriptive analysis. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The subjects of this study consisted of 6 people. The subjects were chosen using purposive sampling technique. To analyze the results of this study using interactive data analysis techniques. The results of this research indicate that done by PT.RAPP to introducing batik bono, Department uses Branding Public Relation Strategies include Managing Brand Equity From Time to Time, which includes four steps ,such as ; (1) Determining Brand Positioning, (2) Brand Marketing, (3) Analyze Brand Performance and Brand Audit, (4) Building Brand Value. In conducting the introduction and branding of batik bono, Corporate Communication and Community Development from PT. RAPP also performs strategies that support the steps of Managing Brand Equity From Time to Time, there are 4 steps that a company can take to strengthen its brand equity, among others (1) Identify market segments and target markets, (2) Understand PDB Positioning, Differentiation, Brand, (3) Determine the purpose of communication, (4) Determine the media plan.

Keywords: *Strategy, Branding, Batik Bono*