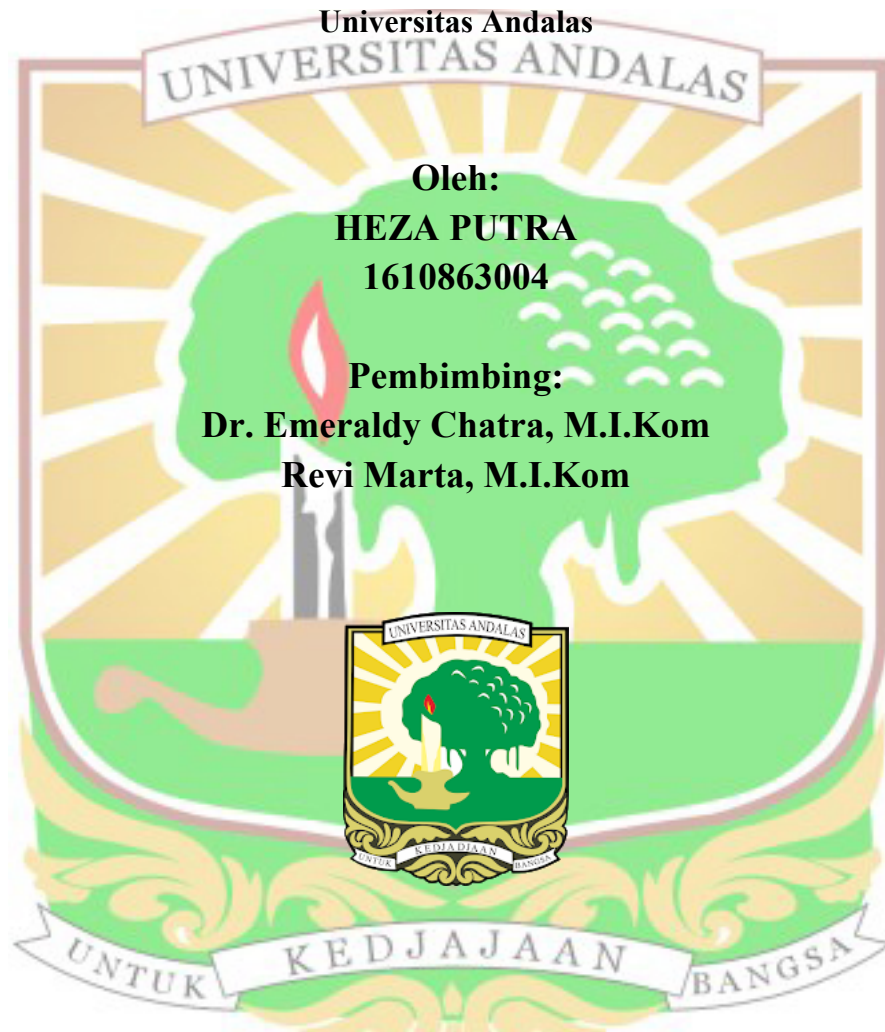


**AKTIVITAS STUDIO PAGI DALAM MEMBANGUN *BRAND*
AWARENESS EVENT SURFIVAL 2019**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas**



Oleh:

HEZA PUTRA

1610863004

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Revi Marta, M.I.Kom

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

2021

ABSTRAK

AKTIVITAS STUDIO PAGI DALAM MEMBANGUN *BRAND AWARENESS EVENT* SURFIVAL 2019

Oleh:

Heza Putra
1610863004

Pembimbing Skripsi:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Revi Marta, M.I.Kom

Pembangunan dan pengelolaan *branding* merupakan satu hal yang penting untuk dilakukan oleh suatu organisasi dengan memanfaatkan media yang dapat digunakan sebagai alat untuk membangun *brand awareness* di masyarakat. Penelitian ini membahas aktivitas yang dilakukan oleh Studio Pagi dalam membangun *Brand Awareness Event* Surfival pada tahun 2019. Surfival merupakan sebuah program dari Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat yang bertujuan untuk mendorong perkembangan ekonomi kreatif di Sumatera Barat yang didesain oleh sebuah perusahaan lokal bernama Studio Pagi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme sebagai pendekatannya. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data melalui studi pustaka, observasi lapangan, serta wawancara guna memperkuat hipotesis penelitian. Secara spesifik, penelitian ini akan dilihat melalui teori *PENCILS* yang berperan sebagai sebuah strategi *public relation* untuk membangun *brand awareness* dari suatu *event*. Konklusi dari penelitian ini adalah sebuah penemuan bahwa kesalahan dalam upaya pembangunan *branding* dan *brand awareness* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Studio Pagi terletak pada logo festival yang hingga saat ini belum ada. Logo tersebut menjadi alasan utama mengapa *event* ini tidak membangkitkan minat masyarakat secara luas untuk melakukan keterlibatan sebagai upaya mereka mengapresiasi acara tersebut. Sebab, sebagai sebuah acara tahunan yang besar, logo Surfival tidak mengandung sebuah *brand identity* yang kuat untuk merepresentasi masyarakatnya secara kultural.

Kata kunci: Studio Pagi, *Brand Awareness*, Surfival.

ABSTRACT

STUDIO PAGI ACTIVITY ON BUILDING BRAND AWARENESS FOR SUMBAR FILM FESTIVAL 2019

By:

**Heza Putra
1610863004**

Supervisors:

**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom
Revi Marta, M.I.Kom**

Branding development and management is an important thing for an organization to do by utilizing media that can be used as a tool to build brand awareness in the community. This study discusses the activities carried out by Studio Pagi in building the Surfival Brand Awareness Event in 2019. Surfival is a program from the West Sumatra Provincial Tourism Office that aims to encourage creative economic development in West Sumatra which was designed by a local company called Studio Pagi. This research uses constructivism paradigm as its approach. In addition, this study uses a qualitative method with data collection through library research, field observations, and interviews to strengthen the research hypothesis. Specifically, this research will be seen through PENCILS theory which acts as a public relations strategy to build brand awareness of an event. The conclusion of this study is a finding that the fault in the efforts to build branding and brand awareness made by the Tourism Office and Morning Studio lies in the festival logo which until now does not exist. The logo is the main reason why this event has not aroused the interest of the public at large to get involved as an effort to appreciate the event. Because, as a big annual event, the Surfival logo does not contain a strong brand identity to represent the community culturally.

Keywords: Studio Pagi, Brand Awareness, Surfival