



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIK HUMAS NORTHY MELALUI KOLABORASI BERSAMA MUKLAY DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Dhimas Bayu Djayadiningrat  
5201711052

Tren pemasaran pada tahun 2023 meningkat hingga 13,2% dari tahun 2022. Hal ini menuntut setiap usaha untuk merancang strategi komunikasi dalam meningkatkan brand awareness agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat tersampaikan ke konsumen. Brand awareness merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh setiap UMKM agar merek dan produknya dapat dikenali masyarakat luas. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi publik humas Northy melalui kolaborasi bersama Muklay dalam meningkatkan Brand awareness. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Teknik triangulasi data dengan menggabungkan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan model analisis empat model komunikasi Grunig dan Hunt, yang meliputi *Press Agency*, *Public Information*, *Two-way Asymmetrical* dan *Two-way Symmetrical*. Hasil dari penelitian ini adalah humas Northy tidak menggunakan keseluruhan teknik dari empat model komunikasi Grunig dan Hunt. Strategi komunikasi publik yang dilakukan untuk meningkatkan brand awareness menggunakan dua teknik dari empat model komunikasi Grunig dan Hunt, yakni: *public information* dan *two-way symmetrical communication*. Kedua teknik yang lain tidak begitu diterapkan dalam proses komunikasi public mereka karena tidak sesuai dengan tujuan mereka. Kesimpulan pada penelitian ini adalah humas Northy melakukan strategi komunikasi public dengan baik menggunakan teknik *public information* dan *two-way symmetrical* untuk meningkatkan brand awareness dan dapat dikatakan berhasil. Dilihat dari meningkatnya permintaan untuk menyediakan produk kolaborasi kembali.

**Kata Kunci:** Komunikasi Publik, Humas, *Brand Awareness*, Empat Model Komunikasi Grunig & Hunt

## **ABSTRACT**

### **THE PUBLIC COMMUNICATION STRATEGY OF NORTHY PR THROUGH COLLABORATION WITH MUKLAY IN INCREASING BRAND AWARENESS**

*Dhimas Bayu Djayadiningrat*  
5201711052

*The marketing trend in 2023 increased by 13.2% from 2022. Every business must design communication strategies to enhance brand awareness, ensuring that the products or services offered reach consumers. Brand awareness is crucial for every SME to ensure the wider community recognizes their brand and products. This research explores how Northy's public relations strategy enhances brand awareness through collaboration with Muklay. The research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data collection uses triangulation techniques, combining interviews, observations, and documentation. This study analyzes four communication models by Grunig and Hunt: Press Agency, Public Information, Two-way Asymmetrical, and Two-way Symmetrical. The findings reveal that Northy's PR does not fully utilize all techniques from the four models; instead, they implement two techniques, Public Information and Two-way Symmetrical communication, to improve brand awareness. The other two techniques are not applied as they do not align with their goals. In conclusion, Northy's public communication strategy effectively uses Public Information and Two-way Symmetrical techniques to enhance brand awareness, which can be considered successful, as evidenced by the increased demand for collaborative products.*

**Keywords:** *Public Communication, Public Relations, Brand Awareness, Four Communication Models by Grunig & Hunt*