



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT COMPUTRADE TECHNOLOGY
INTERNATIONAL DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN BISNIS (PERIODE
2012 – 2013)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

Sandra Arviya

44211120035

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2014**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT
COMPUTRADE TECHNOLOGY INTERNATIONAL
DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN BISNIS
(PERIODE 2012 – 2013)
Nama : Sandra Arviya
NIM : 44211120035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 29 Desember 2013

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Wihartantyo Ari Wibowo, MM)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

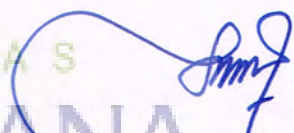
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT
COMPUTRADE TECHNOLOGY INTERNATIONAL
DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN BISNIS
(PERIODE 2012 – 2013)
Nama : Sandra Arviya
NIM : 44211120035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

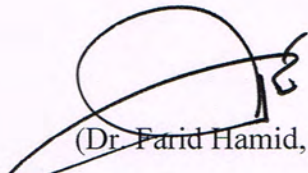
Jakarta, 12 Januari 2014

Ketua Sidang,

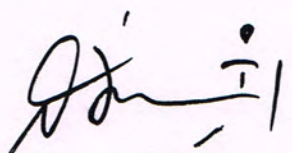
UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(Suryaning Hayati, MM)

Penguji Ahli,


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Pembimbing


(Wihartantyo Ari W, MM)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

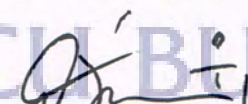
Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT
COMPUTRADE TECHNOLOGY INTERNATIONAL
DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN BISNIS
(PERIODE 2012 – 2013)
Nama : Sandra Arviya
NIM : 44211120035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 19 Januari 2014

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Wihartantyo Ari Wibowo, MM)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Agustina Zubair, MSi)



(Suryaning Hayati, MM)

*Lebih baik kecewa setelah mencoba
dari pada menyesal tidak melakukan
apa-apa (sandra arviya)*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini dengan baik. Dimana skripsi ini penulis sajikan dalam bentuk yang sederhana. Adapun judul penulisan yang penulis ambil adalah sebagai berikut : **STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS PT COMPUTRADE TECHNOLOGY INTERNATIONAL DALAM MEMENANGKAN PERSAINGAN BISNIS (PERIODE 2012-2013)**

Tujuan penulis skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan program S1 Fakultas Ilmu Komunikasi dan mendapatkan gelar sarjana. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil observasi tidak langsung, wawancara, studi pustaka dari beberapa sumber literatur yang mendukung penulisan ini, juga dari hasil dokumentasi kegiatan yang berlangsung.

Penulis menyadari tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan laporan penelitian ini tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Wihartantyo Ari Wibowo, MM selaku dosen pembimbing, terima kasih atas bimbingan, saran, dan dukungan yang telah diberikan selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Suryaning Hayati, MM selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

3. Manager Marketing Public Relations PT Computrade Technology International, Ibu Suzan Zhang.
4. Team Leader Marketing Public Relations PT Computrade Technology International, Bapak A. Rizqan Alphany.
5. Rekan-rekan MPR PT Computrade Technology International, khususnya Ibu Tari selaku staf MPR.
6. Keluarga tersayang, Mama, Kak Desi dan Kak Akbar.
7. Teman seperjuangan bimbingan, Anggi, Ula, special untuk Umma, terima kasih atas semangatnya.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu persatu sehingga terwujudnya penulisan laporan penelitian ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan penelitian ini, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga penulisan laporan penelitian ini dapat berguna bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 Desember 2013

Sandra Arviya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi	10
2.1.1 Komunikasi Bisnis	11
2.1.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Bisnis	13
2.2 Public Relations	14
2.3 Marketing Public Relations.....	15
2.3.1 Hubungan Public Relations dan Pemasaran.....	15
2.3.2 Pengertian Marketing Public Relations	17
2.3.3 Peran dan Fungsi Marketing Public Relations	18
2.3.4 Ruang Lingkup Marketing Public Relations.....	20
2.4 Strategi MPR.....	21
2.4.1 Komponen Pembentuk Strategi	22
2.4.2 Perumusan Strategi	23
2.4.2 Pendekatan Strategi.....	26
2.5. Tahapan Kerja Marketing Public Relations	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian	29
3.3 Subjek Penelitian	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Data Premier	33
3.4.2 Data Sekunder	34
3.5 Definisi Konsep	34

3.6 Fokus Penelitian.....	35
3.7 Teknik Analisa Data	36
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	37

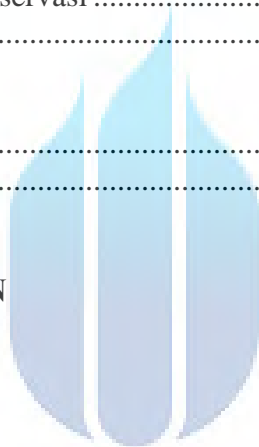
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil PT Computrade Technology International (CTI)	39
4.1.1 Sejarah CTI	39
4.1.2 Visi dan Misi.....	41
4.1.3 Struktur Organisasi	42
4.1.4 Marketing Public Relations CTI	47
4.2. Hasil Penelitian	50
4.2.1 Hasil Wawancara	51
4.2.2 Hasil Observasi	61
4.3. Pembahasan.....	70

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pergantian Sales CTI <i>Group</i> Tahun 2011.....	6
Gambar 2.1 Proses Tahapan Kerja Marketing Public Relations.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Management MPR	43
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing Public Relations CTI	47
Gambar 4.3 Grafik Pergantian Sales CTI <i>Group</i>	67
Gambar 4.4 Grafik Penjualan Produk-produk CTI <i>Group</i> Tahun 2011	68
Gambar 4.5 Grafik Penjualan Produk-produk CTI <i>Group</i> Tahun 2012	68
Gambar 4.6 Grafik Penjualan Produk-produk CTI <i>Group</i> Tahun 2013	69
Gambar 4.7 Grafik Pertumbuhan Pendapatan CTI <i>Group</i>	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keterangan Riset dari CTI
- Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan Ibu Suzan Zhang
- Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Bapak A. R. Alphany
- Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Ibu Tari
- Lampiran 5 Hasil Observasi Non Partisipant Penulis
- Lampiran 6 Struktur Organisasi Divisi MPR CTI
- Lampiran 7 Grafik Pergantian Sales CTI *Group*
- Lampiran 8 Grafik Pertumbuhan Pendapatan CTI *Group*
- Lampiran 9 *CTI Education Center*
- Lampiran 10 Penghargaan Yang Diperoleh CTI
- Lampiran 11 Dokumentasi Foto
- Lampiran 12 Curriculum Vitae



UNIVERSITAS
MERCU BUANA