



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMPUBLIKASIKAN LOGO
BARU CITILINK**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

KRISMILANI

44210110121

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPUBLIKASIKAN LOGO BARU CITILINK**

Nama : **Krismilani**

NIM : **44210110121**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Public Relations**

Jakarta, Februari 2013

Mengetahui,

(Suryaning Haryati, SE, MM)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPUBLIKASIKAN LOGO BARU CITILINK**

Nama : Krismilani

NIM : 44210110121

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 23 Februari 2013

Ketua Sidang,
Drs. A. Rachman H.I, M.Si

(.....)

Penguji Ahli,
Rahmadya Putra, M.Si

(.....)

Pembimbing I
Suryaning Haryati, SE, M.M

(.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih yang telah dilimpahkan Nya, sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik sebagai persyaratan tugas akhir dan mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dengan skripsi yang berjudul “**Strategi Public Relations dalam mempublikasikan Logo Baru Citilink**”.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterimakasih kepada semua pihak yang sudah turut membantu sehingga semua proses dapat dilewati dengan baik dan peneliti berharap skripsi ini dapat berguna dan menjadi sarana belajar khususnya bagi peneliti secara pribadi. Ucapan terimakasih yang tak terhingga untuk:

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, selaku dosen pembimbing skripsi atas bimbingannya dan bantuannya kepada peneliti dengan sabar dalam penyempurnaan materi dan memberikan waktunya kepada peneliti untuk selalu siap memberikan masukan serta saran.
2. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku Ketua Bidang Studi Public Relation Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen di Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal pengetahuan dan pengalamannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini dengan baik.

5. Bapak Aristo Kristandyo selaku VP Marketing & Communication PT Citilink Indonesia yang telah memberikan ijin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data yang berkaitan dengan skripsi saya.
6. Bapak Reno Pellaupessy selaku Marketing & Communication Manager PT Citilink Indonesia atas bantuan dan perhatiannya.
7. Bapak Thomas Franky selaku Konsultan Public Relations dari Fortune PR yang telah membantu dan memberikan masukan dalam penelitian skripsi ini.
8. Orang tua, anak dan kakak saya tercinta yang selalu memberikan dukungannya.
9. Ibu Tanya Tresnasari dan team Mocca Fortune PR yang selalu memberikan dukungan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Thomas Franky, Gabriella, Doni Rizal, Tody, dan Lembu yang telah mendukung dan membantu saya dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan.
11. Yosephine, Stella, dan Safrida untuk dukungan dan bantuannya selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman PKK Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Public Relation angkatan 27 untuk semua yang telah kita lalui selama 2 (dua) tahun.
13. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian skripsi, yang membantu dalam doa dan support yang mungkin tidak dapat disebutkan dan jabarkan satu persatu.

Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, dan peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang disampaikan untuk menyempurnakan penelitian yang dilakukan menjadi lebih baik lagi. Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih atas perhatian dan kesediaan semua pihak yang membaca skripsi ini.

Jakarta, 23 Februari 2013

Krismilani

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Unsur-Unsur Komunikasi	10
2.1.2 Tipe Komunikasi.....	12
2.1.3 Sifat Komunikasi.....	14
2.1.4 Fungsi Komunikasi	14
2.1.5 Tujuan Komunikasi.....	16
2.2 Public Relations	18

2.2.1	Pengertian Public Relations	18
2.2.2	Peranan Public Relations	20
2.2.3	Aktivitas Public Relations.....	22
2.2.4	Tujuan Public Relations	25
2.2.5	Ciri-ciri Public Relations	27
2.2.6	Tinjauan Tentang Strategi Public Relations.....	31
2.2.7	Stategi Public Relations	32
2.3	Publikasi dan Publisitas	36
2.3.1	Publikasi.....	36
2.3.2	Langkah Perencanaan Publikasi.....	37
2.3.3	Jenis Publikasi.....	40
2.3.4	Media Publikasi.....	41
2.4	Press Agency	43
2.5	Identitas Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)	44
2.5.1	Sejarah <i>Corporate Identity</i>	45
2.5.2	Pengertian <i>Corporate Identity</i>	46
2.5.3	Elemen <i>Corporate Identity</i>	47
2.5.4	Fungsi <i>Corporate Identity</i>	48
2.5.5	Aplikasi <i>Corporate Identity</i>	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		50
3.1	Tipe Penelitian	52
3.2	Metode Penelitian.....	52
3.3	Subyek Penelitian.....	52

3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1	Data Primer	53
3.4.2	Data Sekunder	55
3.5	Definisi Konsep Penelitian.....	55
3.6	Fokus Penelitian.....	56
3.7	Teknik Analisis Data	57
3.8	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	62
4.1.2	Kegiatan dan Visi dan Misi Citilink	64
4.1.3	Penggantian Logo	66
4.1.3.1	Sekilas Logo Lama Citilink.....	68
4.1.4	Logo Baru Citilink	69
4.1.5	Struktur Divisi Marketing & Communication	69
4.1.6	Produk dan Layanan Citilink	70
4.2	Hasil Penelitian	72
4.2.1	Strategi PR Tahap 1 : <i>Fact Finding</i>	75
4.2.2	Strategi PR Tahap 2 : <i>Planning & Programing</i>	79

4.2.2.1 Program Publikasi	81
4.2.2.2 Perencanaan Waktu	82
4.2.2.3 Anggaran Dana	86
4.2.3 Strategi PR Tahap 3 : <i>Action and Communication</i>	86
4.2.4 Strategi PR Tahap 4 : <i>Evaluation</i>	94
4.3 Pembahasan.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DRAFT WAWANCARA

CURRICULUM VITAE