



**PENGARUH PERSEPSI *FANSCLUB UNITED ARMY* TENTANG
KEGIATAN *SPONSORSHIP MANCHESTER UNITED* TERHADAP
PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN PT AON INDONESIA**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

**NOORY RIZKIYANI
44210110161**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Persepsi *Fansclub United Army* tentang Kegiatan *Sponsorship Manchester United* terhadap Pembentukan Citra PT. Aon Indonesia

Nama : Noory Rizkiyani

NIM : 44210110161

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations


Jakarta, 27 Januari 2013

Mengetahui,

Pembimbing I


(Suryaning Hayati, S.E., M.M.)

Pembimbing II


(Haililah Tri Gandhiwati, S.S., S.Si., M.M.)

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul : Pengaruh Persepsi *Fansclub United Army* tentang Kegiatan *Sponsorship Manchester United* terhadap Pembentukan Citra PT. Aon Indonesia
Nama : Noory Rizkiyani
NIM : 44210110161
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations


Jakarta, 27 Januari 2013

1. Ketua Sidang



(Dr. Farid Hamid, M. Si.)

2. Penguji Ahli




(Dr. Heri Budianto, S. Sos., M. Si.)

3. Pembimbing I



(Suryaning Hayati, S.E., M.M.)

4. Pembimbing II



(Haililah Tri Gandhiwati, S.S., S.Si., M.M.)

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Persepsi *Fansclub United Army* tentang Kegiatan *Sponsorship Manchester United* terhadap Pembentukan Citra PT. Aon Indonesia

Nama : Noory Rizkiyani

NIM : 44210110161

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 27 Januari 2013

Disetujui dan Diterima Oleh

Pembimbing I



(Suryaning Hayati, S.E., M.M.)

Pembimbing II



(Haililah Tri Gandhiwati, S.S., S.Si., M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi



(Suryaning Hayati, S.E., M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karuna-Nya, penelitian ini dapat peneliti kerjakan dengan baik.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Jurusan Public Relations dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Terima kasih kepada Ibu Gandhi dan Ibu Aning yang telah membagi ilmunya sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Persepsi Fansclub United Army tentang Kegiatan Sponsorship Manchester United terhadap Pembentukan Citra Perusahaan PT Aon Indonesia”** dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan moril maupun materil. Untuk itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Agustina Zubair, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Farid Hamid, M. Si., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan saran dan masukan membangun agar skripsi ini lebih baik.
3. Dr. Heri Budianto, M. Si., selaku Penguji Ahli yang juga telah memberikan masukan yang dapat menjadikan skripsi ini lebih baik.

4. Ibu Haililah Tri Gandhiwati, S.S., S.Si., M.M , yang sudah sangat sabar dan bijak dalam membimbing peneliti dari awal konsep terbentuk hingga selesai. Walaupun *nangis* hampir setiap malam, yang penting hasilnya ya Bu *hehehe*. Terima kasih tak terhingga Bu, *has been a wow experience and will not forget each stumbled steps I got along the way*.
5. Ibu Suryaning Hayati, S.E., M.M., yang juga selaku pembimbing telah memberikan dukungan dan dorongan sehingga penyusunan skripsi ini berjalan sesuai waktu yang ditetapkan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi kelas karyawan kampus Menteng bidang studi Public Relations, yang telah memberikan dedikasi dan ilmunya sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan sistematis dan benar.
7. Terima kasih yang tidak terhingga kepada keluarga peneliti, Ayah (Alm. Maryono) *I know you are watching over me, thank you so much for everything that you have ever taught me. It has made me who I am today*. Ibu, yang selalu memberikan peneliti semangat baik secara moril dan juga pembuatan masakannya yang lezat-lezat. Adik-adik peneliti, Maya dan Kiki, yang selalu bisa menyenangkan peneliti ketika kondisi sedang tidak semangat untuk mengerjakan skripsi ini. *Thank you very much!*
8. *Gang Boncoss*, yang sudah menemani peneliti sejak masuk kelas pertama di Mercu Buana hingga lulus. Ayo kawans, bisa pasti!! Terima kasih atas tawa dan candanya selama masa kuliah, sehingga tidak terasa berat, Lia, Echi, Fitri, Fidun, Ibu Negara Fatmawati dan Abel. *We can make it!*

9. Sahabat-sahabat terdekat peneliti, yang sudah sembilan tahun menemani dalam suka dan duka, *nothing can express how much it means to have you guys by my side, I seriously love you guys. Thank you so much for sticking by me through all the good and bad of this thesis journey, time for my next chapter correct???* Thanks ya cruts Xoxo, Dewi, Lia, Mime, Eka, Irni dan Siomay.
10. *My soulmate and bestest bestie, Faustina Lee. Though we are miles apart, thank you so much for constantly checking up on me from time to time. Luv yaaa loads, so we'll be making that trip to Canada and Bangladesh ehheh!*
11. PT. Aon Indonesia yang telah memberikan izin dan kesempatan penelitian ini, khususnya untuk Ibu Nenie Kansil yang telah sangat *supportive* selama penelitian.
12. *Fansclub United Army, thanks a bunch!*

Demikian ucapan terima kasih disampaikan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca.

Jakarta, 27 Januari 2013

Noory Rizkiyani

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Skripsi	ii
Pengesahan Perbaikan Skripsi	iii
Abstraksi (dalam bahasa Indonesia)	iv
Abstract (dalam bahasa Inggris)	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoretis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi	9
2.2 Public Relations	12
2.3 Marketing Public Relations	14
2.4 Sponsorship	16
2.5 Persepsi	20
2.6 Citra	22
2.7 Signifikansi Variabel Persepsi Terhadap Variabel Citra	26
2.8 Penelitian Sebelumnya	27
2.9 Hipotesis	29
2.10 Kerangka Konseptual	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Tipe Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	33
3.4.1 Definisi Konsep	33
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	34

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	36
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1 Data Primer	40
3.6.2 Data Sekunder	40
3.7 Pengolahan dan Teknik Analisis Data	41
3.7.1 Pengolahan Data	41
3.7.2 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek	45
4.1.1 Profil Perusahaan PT Aon Indonesia	45
4.1.2 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT Aon Indonesia	46
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Hasil Data Deskriptif	45
4.2.2 Hasil Analisis Regresi Sederhana	82
4.3 Pembahasan	91

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saram Akademis	97
5.2.2 Saram Praktis	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Website AonIndonesia.com	3
Tabel 1.2 Revenue Income PT Aon Indonesia	4
Tabel 3.4.2 Pengukuran Variabel Persepsi dan Citra	35
Tabel 3.5.1.1 Uji Validitas Variabel Persepsi	37
Tabel 3.5.1.2 Uji Validitas Variabel Citra	37
Tabel 4.2.1.1.1 Identitas Responden	50
Tabel 4.2.1.1.2 Tingkat Usia Responden	51
Tabel Indikator 1-30	52
Tabel Hasil Kolmogorov-Smirnov	84
Tabel Hasil Uji Glejser	87
Tabel Hasil Analisis Regresi Sederhana	87
Tabel Hasil Koefisien Determinasi	88
Tabel Hasil Uji T	89
Tabel Rangkuman Hipotesis	90