



**STRATEGI COMMUNITY RELATIONS SEBAGAI
PENGUATAN BRAND IMAGE SURYA 12 PT. GUDANG
GARAM TBK (STUDI KASUS PADA EVENT MOTORIDERS
COMMUNITY 2012)**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

**ASTRI INDRIANI YUNITA
44208110067**

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



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul **STRATEGI COMMUNITY RELATIONS SEBAGAI
PENGUATAN BRAND IMAGE SURYA 12 PT.
GUDANG GARAM TBK (STUDI KASUS PADA
EVENT MOTORIDERS COMMUNITY 2012)**

Nama : Astri Indriani Yunita
NIM : 44208110067
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 21 Februari 2013

Menyetujui,
Pembimbing

Drs. E. Mochamad Chamdan, M.Si.



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul **STRATEGI COMMUNITY RELATIONS SEBAGAI
PENGUATAN BRAND IMAGE SURYA 12 PT.
GUDANG GARAM TBK (STUDI KASUS EVENT
MOTORIDERS COMMUNITY 2012)**

Nama : Astri Indriani Yunita
NIM : 44208110067
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 03 Maret 2013

1. Ketua Sidang

Drs. Marwan Mahmudi, M.Si.


(.....)

2. Penguji Ahli

Dr. Isparwati Asrie, MM.


(.....)

3. Pembimbing

Drs. E. Mochamad Chamdan M.Si


(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul **STRATEGI COMMUNITY RELATIONS SEBAGAI
PENGUATAN BRAND IMAGE SURYA 12 PT.
GUDANG GARAM TBK (STUDI KASUS EVENT
MOTORIDERS COMMUNITY 2012)**

Nama : Astri Indriani Yunita
NIM : 44208110067
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Maret 2013

Disetujui dan diterima oleh :

Drs. E. Mochamad Chamdan M.Si.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

Ketua Bidang Studi

Dr. Agustina Zubair, M.Si

Suryaning Hayati SE, MM

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ”Strategi *Community Relations* Sebagai Penguatan *Brand Image* Surya 12 PT. Gudang Garam Tbk (Studi Kasus Pada *Event Motoriders Community* 2012)”.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat dilupakan begitu saja. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. E. Mochamad Chamdan M.Si , Dosen Pembimbing yang dengan setia dan bijaksana dalam memberikan bimbingan dan saran selama penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Dr. Agustina Zubair, M.Si , Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Suryaning Hayati, SE, MM , ketua Prodi *Public Relations*, yang sudah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan perkuliahan dengan mengijinkan peneliti untuk meneliti sebagai salah satu syarat kelulusan.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* yang telah merelakan waktunya di hari Sabtu dan Minggu memberikan ilmu-ilmu yang berharga dan bermanfaat bagi semua mahasiswa FIKOM.

5. Seluruh staff Universitas Mercubuana Jakarta, terima kasih atas bantuannya selama peneliti melakukan observasi dan penelitian skripsi
6. Bapak Tjetjep Usman selaku *Event Marketing* dari PT. Gudang Garam Tbk, terima kasih atas bantuannya dalam memberi ijin untuk pelaksanaan penelitian dan kesediaan untuk peneliti wawancara.
7. Bapak Adrian Sucipto selaku *Brand Activation* dari PT. Gudang Garam Tbk, terima kasih atas bantuannya dalam memberi ijin untuk pelaksanaan penelitian dan kesediaan untuk peneliti wawancara.
8. Bapak Krishna Utama selaku *Managing Partner* dari PT. Okzigen Media, terima kasih atas bantuannya dalam memberi ijin untuk pelaksanaan penelitian dan kesedian untuk peneliti wawancara
9. Saudara Harris selaku perwakilan komunitas motor dari SPORT (Sidoarjo Pulsar Owner Team), terima kasih atas bantuannya dalam memberi ijin untuk pelaksanaan penelitian dan kesedian untuk peneliti wawancara.
10. Saudara Rizky selaku perwakilan komunitas motor dari BBM (*Bikers Bajaj* Malang), terima kasih atas bantuannya dalam memberi ijin untuk pelaksanaan penelitian dan kesedian untuk peneliti wawancara.
11. Saudara Yani selaku perwakilan komunitas motor dari COMPAG (*Community Megapro Gresik*), terima kasih atas bantuannya dalam memberi ijin untuk pelaksanaan penelitian dan kesedian untuk peneliti wawancara.
12. Seluruh staff PT. Gudang Garam Tbk dan PT. Okzigen Media, terima kasih atas *support* dan bantuannya selama peneliti melakukan observasi dan penulisan skripsi.

13. Seluruh staff dan salah satu sahabat peneliti di PT. Petro Data Sistem divisi *Business Development*, terima kasih atas support dan bantuannya selama peneliti melakukan observasi dan penelitian skripsi.
14. Keluargaku tercinta, Ibu Sri Murnihati terima kasih atas semangat dan doa yang tak putus-putusnya yang beliau berikan untuk peneliti. Serta kakak, adik-adik dan saudara – saudaraku lainnya yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan dukungan.
15. R. Satrio S yang selama ini dengan penuh kesetiaan menemani, memberi dukungan dan menjadi penyemangat pribadi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Sahabat-sahabatku tercinta yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, Teporez dan teman-teman PR 13 yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan selama ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga dan juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini.

Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 20 Maret 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	ii
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
BAB PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	
1.4.1. Manfaat Akademis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi	
2.1.1. Definisi Komunikasi.....	9
2.1.2. Tujuan Komunikasi	10
2.1.3. Fungsi Komunikasi.....	11
2.1.4. Proses Komunikasi	12
2.1.5. Unsur Komunikasi.....	13
2.2. Public Relations	
2.2.1. Definisi Public Relations	16
2.2.2. Fungsi dan Tugas Public Relations	17
2.2.3. Strategi Public Relations	23
2.3. Community Relations	
2.3.1. Definisi Community	29
2.3.2. Hubungan Organisasi dan Komunitas	32
2.3.3. Strategi Community Relations.....	35
2.4. Event Management.....	43
2.4.1. Fungsi dan Tugas Event Organizer	44
2.4.2. Jenis – Jenis Event.....	45
2.5. Brand Image	47
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	52
3.2. Metode Penelitian	53

3.3. Subyek Penelitian.....	54
3.4. Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1. Data Primer	56
3.4.2. Data Sekunder	57
3.5. Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	
3.5.1. Definisi Konsep.....	58
3.5.2. Fokus Penelitian	60
3.6. Teknik Analisa Data.....	61
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1. Sejarah Perusahaan	66
4.1.2. Visi dan Misi PT. Gudang Garam Tbk	71
4.1.3. Logo Perusahaan	71
4.1.4. Program – Program PT. Gudang Garam Tbk	73
4.1.5. Struktur Organisasi	74
4.2. Hasil Penelitian	75
4.2.1. Pengumpulan Fakta.....	84
4.2.2. Perumusan Masalah	89
4.2.3. Perencanaan dan Pemograman.....	91
4.2.4. Aksi dan Komunikasi.....	98
4.2.5. Evaluasi.....	102
4.3. Pembahasan.....	105

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	109
5.2. Saran.....	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN