



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN INVESTOR PT. PILARMAS
INVESTINDO JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam pembuatan skripsi untuk
memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang studi
Public Relations**

Disusun oleh :

PUTI HERA PRATIWI

44208010005

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



Fakultas Ilmu **Komunikasi**

Universitas **Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI MARKETNG PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMPERTAHANKAN INVESTOR DI
PT.PILARMAS INVESTINDO

Nama : Puti Hera Pratiwi

NIM : 44208010005

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 27 Juli 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Gufroni Sakaril MM)



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

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Puti Hera Pratiwi
NIM : 44208010005
Fakultas : IlmuKomunikasi
BidangStudi : Public Relations
Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN INVESTOR PT. PILARMAS
INVESTINDO JAKARTA

Jakarta, 22 September 2013

Disetujui dan diterima oleh;

Dosen Pembimbing

(Drs.Gufroni Sakaril, M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr.Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Public Relations

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



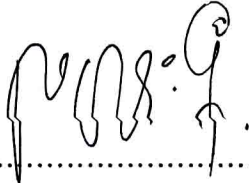
UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Puti Hera Pratiwi
NIM : 44208010005
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN INVESTOR PT. PILARMAS
INVESTINDO JAKARTA

Jakarta, 22 September 2013

Ketua Sidang,
(Novi Erlita, S.Sos.MA)



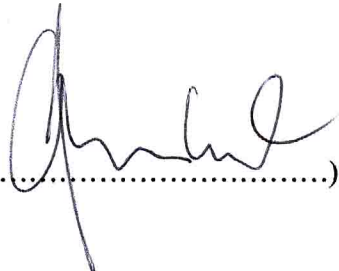
(.....)

Penguji Ahli,
(Drs. Nono Sungkono, M.M)



(.....)

Dosen Pembimbing,
(Gufroni Sakaril, M.M)



(.....)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala petunjuk, kesehatan dan rahmat yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Adapun penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat di dalam memperoleh gelar Sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan skripsi ini rampung dengan bantuan berbagai pihak yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Karenanya, penulis secara khusus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Gufroni Sakaril, MM. selaku Pembimbing Skripsi.
2. Drs. Nono Sungkono, M.si. selaku Ketua sidang Penguji
3. Novi Erlita, M.A. selaku Dosen Penguji Ahli
4. Dr. Agustina Zubair , M.si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh Dosen-dosen Jurusan Public Relations dan jajaran Tata Usaha Fikom Universitas Mercu Buana .
6. Kedua Orang Tua saya Jemmy Burhan dan Sri Ratna Sulastrri untuk dukungan dan Doa, perhatian dan cinta yang luar biasa.

Semoga Allah SWT memberikan pahala dan balasan yang berlipat ganda atas amal dan budi baik semua pihak tersebut di atas. Amin. Akhirnya,

dari segala ketulusan hati semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 08 September 2013

DAFTAR ISI

Daftar isi	i
Kata Pengantar	ii
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Permasalahan	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1 Komunikasi	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi	10
2.1.2 Proses Komunikasi.....	11
2.2 Public Relations	14
2.3 Strategi Public Relations	16
2.4 Marketing Public Relations.....	18
2.4.1 Pengertian Marketing Public Relations.....	18
2.4.2 Tugas Marketing Public Relations	20
2.4.3 Strategi Marketing Public Relations	20
2.5 Sekuritas	23
2.5.1 Trading Sekuritas	24

2.5.2 Jenis Sekuritas.....	24
2.6 Pengertian Indeks Harga saham	26
2.6.1 Jenis –jenis Indeks Harga Saham	27
2.6.2 Indeks Harga Saham Individual	28
2.6.3 Indeks Harga Saham Gabungan	28
2.7 Saham bonus	29
2.8 Penawaran Terbatas(Right Issue).....	29
Bab III Metodologi Penelitian	
3.1 Tipe Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subyek Penelitian.....	33
3.4 Tehnik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Data Primer	34
3.4.2 Data Sekunder	35
3.5 Fokus Penelitian	35
3.5.1 Strategi Komunikasi Marketing Public Relations.....	35
3.6 Tehnik Analisis Data.....	37
3.7 Tehnik Keabsahan Data	38

Daftar Pustaka