



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT SUZUKI INDOMOBIL  
SALES DALAM MENGELOLA KOMUNITAS OTOMOTIF  
“BALENO CLUB INDONESIA” UNTUK MENINGKATKAN  
BRAND LOYALTY DI WILAYAH DKI JAKARTA  
PERIODE JUNI 2012 – JULI 2013**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

**Mona Volare Lely Indrawati Faisal**

44211110028

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



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Judul : STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT SUZUKI  
INDOMOBIL SALES DALAM MENGELOLA  
KOMUNITAS OTOMOTIF “BALENO CLUB  
INDONESIA” UNTUK MENINGKATKAN BRAND  
LOYALTY DI WILAYAH DKI JAKARTA  
(PERIODE JUNI 2012 - JULI 2013)**

**Nama : Mona Volare Lely Indrawati Faisal**

**NIM : 44211110028**

**Fakultas : Ilmu Komunikasi**

**Bidang Studi : Public Relations**

Jakarta, 20 Oktober 2013

Mengetahui,  
Pembimbing

(Novi Erlita, S.Sos., MA)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

**Judul : STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT SUZUKI  
INDOMOBIL SALES DALAM MENGELOLA  
KOMUNITAS OTOMOTIF “BALENO CLUB  
INDONESIA” UNTUK MENINGKATKAN BRAND  
LOYALTY DI WILAYAH DKI JAKARTA  
(PERIODE JUNI 2012 - JULI 2013)**

**Nama : Mona Volare Lely Indrawati Faisal**


**NIM : 44211110028**

**Fakultas : Ilmu Komunikasi**


**Bidang Studi : Public Relations**

Jakarta, 20 Oktober 2013

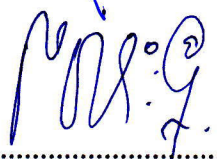
**Ketua Sidang,  
A. Rahman, Msi**

  
(.....)

**Penguji Ahli,  
Marwan Mahmudi, MSi**

  
(.....)

**Pembimbing  
Novi Erlita, S.Sos., MA**

  
(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

**Judul : STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT SUZUKI  
INDOMOBIL SALES DALAM MENGELOLA  
KOMUNITAS OTOMOTIF "BALENO CLUB  
INDONESIA" UNTUK MENINGKATKAN BRAND  
LOYALTY DI WILAYAH DKI JAKARTA  
(PERIODE JUNI 2012 - JULI 2013)**

**Nama : Mona Volare Lely Indrawati Faisal**

**NIM : 44211110028**

**Fakultas : Ilmu Komunikasi**

**Bidang Studi : Public Relations**

**Jakarta, 20 Oktober 2013  
Disetujui dan diterima oleh,**

**Pembimbing**

**(Novi Erlita, S.Sos., MA)**

**Fakultas Ilmu Komunikasi**

**(Dr. Agustina Zubair, M.Si)**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

**(Suryaning Hayati, SE, MM)**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga peneliti diberi inspirasi dan kelancaran dalam menyusun skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Penelitian yang berjudul “*Strategi Public Relations PT. Suzuki Indomobil Sales dalam Mengelola Komunitas Otomotif Baleno Club Indonesia untuk Meningkatkan Brand Loyalty di wilayah DKI Jakarta*” disusun oleh peneliti untuk mengetahui strategi public relations dalam bersinergi dengan marketing, mengelola komunitas otomotif untuk meningkatkan kesetiaan konsumen. Terutama sebagai langkah antisipatif terhadap situasi persaingan pasar yang kian kompetitif dan tuntutan konsumen yang semakin kritis.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari masukan, dukungan, doa, dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu peneliti tidak lupa menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Novi Erlita, S.Sos.,MA selaku dosen pembimbing atas segala nasehat, arahan serta semangat yang diberikan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku Ketua Jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staff TU FIKOM Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bentuk masukan dan bekal ilmu pengetahuan mengenai bidang Public Relations serta bantuannya dalam menyelesaikan administrasi dan perijinan penelitian.
5. Kedua orang tua tercinta, Drs. Faisal T. Sarried, MM dan Setyawati, BA yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan semangat kepada peneliti.
6. Bapak Eddy Susanto, Bapak Harry Sardjono, Bapak Setiawan Surya dan Ibu Dimelza Sharindradini dari PT Suzuki Indomobil Sales yang bersedia menyediakan informasi dan meluangkan waktu untuk wawancara dan membantu penelitian ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi kelas karyawan Universitas Mercu Buana angkatan XIX yang senantiasa saling mendukung dan menyemangati agar skripsi dapat diselesaikan dengan baik.
8. Teman-teman di Baleno Club Indonesia yang telah menjadi inspirasi peneliti untuk membuat judul penelitian ini.
9. Banzai sahabat setia yang senantiasa mendampingi peneliti baik suka maupun duka disetiap hari-hari perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

Semoga skripsi ini dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa program studi Public Relations agar lebih kreatif dan mampu mengikuti perkembangan jaman.

Jakarta, Oktober2013

Mona Volare Lely Indrawati Faisal

## DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAKSI .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Komunikasi .....	12
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	12
2.1.2 Pesan ( <i>Message</i> ).....	15
2.2 Public Relations .....	20
2.2.1 Pengertian Public Relations .....	20
2.2.2 Fungsi Public Relations .....	24
2.3 Strategi Public Relations.....	27
2.4 Community Relations .....	35
2.4.1 Pengertian Community Relations .....	35
2.4.2 Fungsi Community Relations .....	37
2.5 Marketing Public Relations.....	38
2.5.1 Pengertian Marketing Public Relations .....	40

2.5.2	Peran Marketing Public Relations .....	42
2.6	Loyalitas Merek (Brand Loyalty) .....	46
2.6.1	Pengertian Loyalitas Merek .....	47
2.6.2	Membangun Loyalitas Merek .....	48
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>52</b>
3.1	Sifat Penelitian .....	53
3.2	Metode Penelitian .....	55
3.3	Nara Sumber .....	57
3.4	Definisi Konsep .....	58
3.4.1	Strategi .....	58
3.4.2	Public Relations .....	58
3.4.3	Strategi Public Relations.....	58
3.4.4	Mengelola Komunitas .....	59
3.4.5	Brand Loyalty .....	59
3.5	Fokus Penelitian.....	60
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.6.1	Data Primer .....	62
3.6.2	Data Sekunder .....	64
3.7	Teknik Analisis Data.....	64
3.8	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	66
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>67</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	66
4.1.1	Sejarah Suzuki Motor Corporation .....	68
4.1.2	Sejarah Group Suzuki di Indonesia.....	74
4.1.3	Tipe Mobil Suzuki di Indonesia.....	81
4.1.4	Logo Suzuki .....	84
4.1.5	Visi, Misi dan Nilai-nilai .....	84
4.1.6	<i>Job Description</i> Public Relations PT Suzuki Indomobil Sales.....	88
4.2	Hasil Penelitian .....	89
4.2.1	Mendefinisikan Problem.....	91
4.2.2	Perencanaan dan Pemrograman .....	100
4.2.3	Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi.....	104



4.2.4	Mengevaluasi Program .....	108
4.2.5	Summary Proses Empat Langkah Perencanaan Strategis PR .....	112
4.3	Pembahasan.....	117
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....		122
5.1	Kesimpulan .....	123
5.2	Saran .....	125
5.2.1	Saran Akademis .....	125
5.2.2	Saran Praktis .....	125
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 Tabel Market Share Penjualan Otomotif Roda Empat di Indonesia ....	3
Gambar 2.1 <i>Expanded Corporate Communication Strategy Framework</i> .....	14
Gambar 2.2 BaganAlur Proses ManajemenStrategis .....	33
Gambar 3.1 Proses Analisis Data.....	65
Gambar. 4.1 Logo Suzuki .....	83
Gambar. 4.2 Posisi Communication Development pada struktur organisasi.....	89