



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. JNE DALAM PROGRAM
PESONA (PESANAN OLEH-OLEH NUSANTARA)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

NURMANINGSIH

44211120040

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT.JNE DALAM
PROGRAM PESONA (PESANAN OLEH-OLEH
NUSANTARA)**

Nama : Nurmaningsih

Nim : 44211120040

Fakultas : Ilmu komunikasi

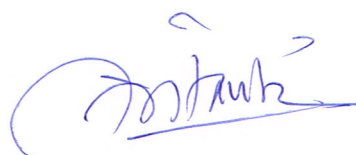
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Desember 2013

Mengetahui,

Pembimbing



(Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. JNE DALAM
PROGRAM PESONA (PESANAN OLEH-OLEH
NUSANTARA).
Nama : Nurmaningsih
NIM : 44211120040
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 Januari 2014

Ketua Sidang
Ira Purwitasari, M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli
Nindyta Aisyah, M.Si

(.....)

Dosen Pembimbing
Dewi Sad Tanti S.Sos, M.Si


(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT.JNE DALAM
PROGRAM PESONA (PESANAN OLEH-OLEH
NUSANTARA).
Nama : Nurmaningsih
NIM : 44211120040
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Januari 2014

Disetujui dan diterima oleh:
Dosen Pembimbing



(Dewi Sad Tanti. S.Sos. M.Si)

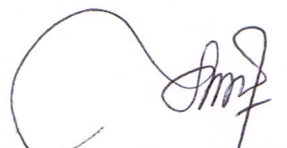
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Suryaning Hayati, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah, Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya, sehingga pada akhirnya Penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Dimana Skripsi ini Penulis sajikan dalam bentuk buku yang sederhana. Adapun judul penulisan Skripsi yang penulis ambil adalah **“STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT.JNE DALAM PROGRAM (PESANAN OLEH-OLEH NUSANTARA)”**.

Tujuan penulisan Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan di Universitas Mercu Buana. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang mendukung penulisan ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Tugas Skripsi tidak akan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis untuk menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos. M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi Universitas Mercu Buana.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Dr. Agustina Zubair, M.S.i.
3. Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana, Ibu Suryaning Hayati, SE. MM.

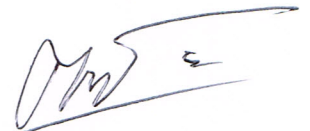
4. Seluruh Dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan, khususnya ilmu menjadi seorang Public Relations yang professional.
5. Bapak Dudi, Ibu Atiek, Bapak Yanto, bapak Anggi, Ibu Rina dan ibu Riska Dewi, Ibu Dessy selaku narasumber dalam skripsi ini yang telah memberikan informasi demi selesainya skripsi ini.
6. Suami tercinta saya yang selalu setia menemani dalam pengerjaan skripsi saya dan selalu memberikan doa dan dukungannya.
7. Ayah, Ibu selaku orang tua peneliti yang selalu memberi doa, kasih sayang, nasehat serta dukungan baik moril dan materiil yang tiada putusnya, dan kepada mereka peneliti persembahkan rasa terimakasih yang amat dalam.
8. Untuk sahabat-sahabat peneliti yang telah memberikan dukungan dan doa Sandra arviya, Selfi, Suci kurniati, Yeyen dan Gugun.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas skripsi ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu Penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Jakarta, 28 Desember 2013

Penulis



Nurmaningsih

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1. Kegunaan Akademis.....	6
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	6
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi	7
2.1.1. Pengertian Komunikasi.....	7
2.1.2. Unsur Komunikasi.....	8
2.1.3. Fungsi Komunikasi.....	9
2.2. Komunikasi Korporat.....	11
2.2.1. Pengertian komunikasi Korporat.....	11
2.2.2. Ciri-Ciri Komunikasi Korporat.....	11
2.3. <i>Public Relations</i>	12
2.3.1. Ruang lingkup <i>Public Relations</i>	12
2.3.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	14
2.3.3. Fungsi Manajemen <i>Public Relations</i>	20
2.3.4. Proses Manajemen <i>Public Relations</i>	20
2.3.5. Peran <i>Public Relations</i>	21
2.3.6. Kegiatan <i>Public Relations</i>	22
2.4. Strategi <i>Public Relations</i>	23
2.4.1. Komponen Pembentuk Strategi.....	27
2.4.2. Perumusan Strategi.....	27
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian.....	30
3.2. Metode Penelitian.....	31
3.3. Subyek Penelitian.....	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6.1. Data Primer.....	34
3.6.2. Data Sekunder.....	36
3.5. Definisi Konsep.....	38
3.6. Fokus Penelitian.....	39
3.7. Teknik Analisis Data.....	42
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	43

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
	4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	45
	4.1.2 Produk Layanan JNE.....	47
	4.1.3 Analisa Stuktur Organisasi JNE.....	50
	4.1.4 Informasi Umum JNE.....	57
	4.1.5 Divisi Yang Berhubungan dengan <i>Public Relations</i>	59
	4.2. Hasil Penelitian.....	61
	4.2.1 Fact Finding PT.JNE Dalam Program PESONA.....	64
	4.2.2 Tahap Perencanaan Program PESONA.....	69
	4.2.3 Tahap Pelaksanaan Program PESONA.....	76
	4.2.5 Hasil dan Evaluasi program PESONA.....	87
	4.3. Pembahasan.....	90
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan.....	93
	5.2 Saran.....	94
	DAFTAR PUSTAKA.....	96
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel Katalog PESONA JNE.....	99
-------------------------------	----



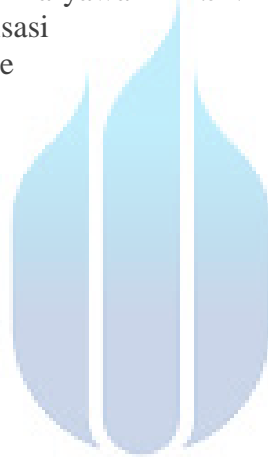
DAFTAR GAMBAR

- Gambar 4.1. Suasana rapat program PESONA
- Gambar 4.2. Pembagian komisi dari biaya pengiriman
- Gambar 4.3. Foto Konfrensi Pers Peluncuran Program PESONA
- Gambar 4.4. Pertemuan Managemnt JNE dengan group media
- Gambar 4.5. Perwakilan JNE yogya diberi hadiah karena melonjaknya kiriman PESONA
- Gambar 4.6. Cover katalog PESONA
- Gambar 4.7. Contoh paket PESONA
- Gambar 4.8. Foto kurir membawa paket PESONA
- Gambar 4.9. Foto sedang mealakukan promosi PESONA
- Gambar 4.10. Grafik total penjualan PESONA



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman wawancara
- Lampiran 2 Surat Penelitian PT.JNE
- Lampiran 3 Pedoman wawancara Manager Public Relations PT.JNE
- Lampiran 4 Pedoman wawancara Staff Public Relations PT.JNE
- Lampiran 5 Pedoman wawancara Spv Business Development PT.JNE
- Lampiran 6 Pedoman wawancara Staff Product Development PT. JNE
- Lampiran 7 Pedoman wawancara Staff Marketing PT. JNE
- Lampiran 8 Pedoman wawancara Kurir PT. JNE
- Lampiran 9 Pedoman wawancara Pelanggan JNE
- Lampiran 10 foto-foto dengan karyawan PT.JNE
- Lampiran 11 Struktur Organisasi
- Lampiran 12 Curriculum Vitae



UNIVERSITAS
MERCU BUANA