



**STRATEGI KOMUNIKASI MARKETING PUBLIC RELATIONS
PT. FUMAKILLA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN CITRA
PERUSAHAAN PERIODE JANUARI-DESEMBER 2010**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Di susun oleh ;

Rina Sriwulandari

44208120088

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2011



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Rina Sriwulandari
NIM : 44208120088
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Marketing Public Relations
PT. Fumakilla Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
Periode Januari – Desember 2010.

Jakarta, 18 September 2011

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing



(Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Rina Sriwulandari
NIM : 44208120038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Marketing Public Relations
PT. Fumakilla Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
Periode Januari – Desember 2010.

Jakarta, 16 Oktober 2011

Ketua Sidang :
Drs. Riswandi M.Si

Penguji Ahli :
Drs. Juwono Tri Atmodjo M.Si

Pembimbing :
Drs. Hardiyanto, M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Rina Sriwulandari
NIM : 44208120088
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Marketing Public Relations
PT. Fumakilla Indonesia Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan
Periode Januari – Desember 2010.

Jakarta, 10 Desember 2011

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

(Drs. Hardiyanto. M.Si)

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Drs. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini ditulis dengan maksud untuk melengkapi syarat tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi di Universitas Mercubuana. Penulisan ini membahas mengenai **“Strategi Komunikasi Marketing Public Relation dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Periode Januari-Desember 2010”** dapat terselesaikan dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan bukan semata-mata hanya usaha dari peneliti, akan tetapi juga berkat bantuan dan bimbingan serta saran dari berbagai pihak yang memberikan andil yang sangat besar baik secara langsung maupun tidak langsung yang terlibat dalam penulisan skripsi ini.

Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko M.Si dosen pembimbing penulis yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberi masukan dan nasehat kepada penulis.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana

3. Bp. Juwono Tri Atmodjo M.Si selaku ketua Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana
4. Bp.DR. Farid Hamid S.Sos,MS.i dan Bp.Nono M.si selaku dosen Riset Public Relations Universitas Mercubuana
5. Untuk para pegawai Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang membantu dalam pembuatan surat –surat yang berkaitan untuk kelancaran penelitian
6. Terimakasih untuk Kedua Orang Tua penulis yang memberikan kasih sayang, dorongan support dan doa yang tidak hentinya
7. Ibu Marina selaku Manager Marketing PT. Fumakilla Indonesia yang telah bersedia memberikan waktunya pada saat proses wawancara
8. Bp.Puting Budhi Novianto selaku asisten Manager Marketing yang juga telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan data-data dan informasi kepada penulis
9. Bp. Reza selaku Marketing PT. Fumakilla Indonesia yang bersedia memberikan data dan menjawab semua pertanyaan penulis
10. Bp.Johan yang juga telah bersedia memberikan bantuannya demi kelancaran proses penulisan skripsi ini
11. Untuk rekan-rekan FIKOM jurusan Public Relations angkatan XIV : Ernawati,Cintin Sakina,Myra Arwanti, Budhy kristanty, yang selalu memberikan dukungan, semangat sehingga akhirnya penulis dapat

menyelesaikan skripsi ini. Kenangan indah bersama kalian selama kuliah tidak akan pernah terlupakan

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penullis di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat berguna bagi peneliti khususnya dan pembaca yang berminat pada umumnya

Jakarta,

Desember 2011

Penulis

Rina Sriwulandari

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi	9
2.1.2 Proses Komunikasi	11
2.1.3 Strategi Komunikasi.....	12
2.1.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	12
2.1.3.2 Komponen-komponen Strategi Komunikasi.....	14
2.1.3.3 Tujuan Strategi Komunikasi.....	16
2.1.3.4 Perumusan Strategi.....	17
2.2 Marketing Public Relations.....	17
2.2.1 Pengertian Public Relations.....	18

2.2.2 Peran Marketing Public Relations.....	26
2.2.3 Strategi Marketing Public Relations.....	31
2.2.4 Tujuan Marketing Public Relations.....	32
2.2.5 Ruang Lingkup Pekerjaan Marketing Public Relations.....	34
2.2.6 Aktifitas Marketing Public Relations.....	35
2.3 Citra.....	38
2.3.1 Pengertian Citra.....	38
2.3.2 Jenis-Jenis Citra.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Subyek Penelitian	43
3.4 Teknik Pengumpulan data	44
3.4.1 Data Primer.....	44
3.4.2 Data Sekunder.....	45
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	45
3.5.1 Definisi Konsep	45
3.5.2 Fokus Penelitian.....	47
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	48
3.7.1 Triangulasi Sumber.....	48
3.7.2 Triangulasi Metode.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Fumakilla Indonesia.....	49
--	----

4.1.1 Ruang Lingkup Bisnis.....	51
4.1.2 Lokasi Pabrik dan Kantor.....	51
4.1.3 Filosofi,Misi,Visi dan Slogan PT. Fumakilla Indonesia.....	52
4.1.3.1 Filosofi PT. Fumakilla Indonesia.....	52
4.1.3.2 Misi PT. Fumakilla Indonesia.....	53
4.1.3.3 Visi PT. Fumakilla Indonesia.....	53
4.1.3.4 Slogan PT. Fumakilla Indonesia.....	54
4.1.4 Produk-produk PT. Fumakilla Indonesia.....	54
4.1.5 Marketing Public Relation PT. Fumakilla Indonesia.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Perencanaan Program MPR (Marketing Public Relations).....	56
4.2.2 Prosedur Pelaksanaan program yang Telah di Tetapkan.....	59
4.2.3 Implementasi Pelaksanaan Program	
MPR (Marketing Public Relations).....	69
4.2.4 Evaluasi terhadap Progran yang di Laksanakan.....	72
4.3 Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	