



**EFEKTIVITAS PERAN *PUBLIC RELATIONS*  
DI PT. INDOMOBIL SUKSES INTERNASIONAL TBK.**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

Disusun oleh :

**Nama** : Matahari Soekarno  
**NIM** : 44206110063  
**Jurusan** : *Public Relations*

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
2010**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Matahari Soekarno  
NIM : 44206110063  
Jurusan : *Public Relations*  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Peran *Public Relations*  
di PT. Indomobil Sukses International Tbk.

**MERCU BUANA**

Jakarta, 1 Maret 2010

Menyetujui,

**Pembimbing**

**(Firsan Nova, SE. MM)**



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

### **TANDA LULUS SIDANG**

Nama : Matahari Soekarno  
NIM : 44206110063  
Jurusan : *Public Relations*  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Peran *Public Relations*  
di PT. Indomobil Sukses International Tbk.

UNIVERSITAS

Jakarta, Maret 2010

MERCU BUANA

**1. Ketua Sidang**

**Juwono Tri A., M.Si.** ( ..... )

**2. Penguji Ahli**

**Dr. Farid Hamid, M.Si.** ( ..... )

**3. Pembimbing**

**Firsan Nova, SE., MM.** ( ..... )



**Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

**PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Matahari Soekarno  
NIM : 44206110063  
Jurusan : *Public Relations*  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Peran *Public Relations*  
di PT. Indomobil Sukses International Tbk.

**Disetujui dan diterima oleh,**  
Jakarta, Maret 2010

**Pembimbing**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**(Firsan Nova, SE. MM)**

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi      Ketua Bidang Studi *Public Relations***

**(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)**

**(Marhaeni F. Kuniawati, S.Sos., M.Si.)**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
JURUSAN *PUBLIC RELATIONS*  
2010**

### **ABSTRAK**

**MATAHARI SOEKARNO**  
**EFEKTIVITAS PERAN *PUBLIC RELATIONS* DI PT. INDOMOBIL SUKSES INTERNASIONAL TBK.**  
**5 BAB, 83 halaman**  
**Bibliografi : 26 Buku (1986-2009)**

Visi dari PT. Indomobil Sukses International Tbk. adalah menjadi perusahaan otomotif terhandal dan terpercaya di dalam negeri, hal ini menunjukkan adanya *costumer satisfaction* terhadap produk yang dikeluarkan oleh perusahaan, dan secara tidak langsung menjadikan perusahaan ini semakin terkemuka di Indonesia, atau dengan kata lain mendapatkan citra yang positif maupun citra yang diharapkan oleh perusahaan. *Public relations* dapat diartikan sebagai sesuatu yang direncanakan berupa komunikasi persuasif yang didisain untuk mempengaruhi segmen publik tertentu melalui komunikasi dua arah untuk menciptakan rasa saling pengertian, menghargai, mempercayai serta toleran. Semua itu dilakukan untuk mendapatkan dukungan publik dan memperoleh citra positif bagi lembaga yang bersangkutan.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui secara sistematis tentang efektivitas peran *Public Relations* di PT. Indomobil Sukses Internasional Tbk. Peran *public relations* yang dimaksud meliputi peran sebagai : (1) Teknisi komunikasi (*communication technician*); (2) Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*); (3) Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*); dan (4) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah. (*Problem Solving Process Fasilitator*). Pada akhirnya nanti dapat diketahui pula efektivitas peran PR secara keseluruhan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survey, dimana dalam penelitian survey ini terdapat evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui tujuan yang digariskan pada awal penelitian dapat tercapai. Analisis data dengan menggunakan table frekuensi dan pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas peran *Public Relations* di PT. Indomobil Sukses Internasional Tbk. dinilai sudah cukup efektif dalam menjalankan fungsinya di perusahaan ke dalam perannya.. Hal ini dibuktikan dengan skor 56,28, yaitu di antara skala cukup efektif (51) dan efektif (68).

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Y.M.E atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efektivitas peran Public Relation di PT. Indomobil Sukses Internasional TBK” dan dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam penyelesaian studi untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi, masih terdapat banyak kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan dan waktu yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan tanggapan yang membangun dari pembaca maupun pihak-pihak yang terkait dalam usaha penyempurnaan materi dan cara penulisan skripsi.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, dukungan moril dan materil didapat dari berbagai pihak. Untuk itu dari lubuk hati yang paling dalam, diucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Firsan Nova, SE.MM, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan dan masukan serta motivasi yang diberikan untuk memacu penyelesaian skripsi ini.
2. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Farid Hamid, M.Si, selaku Dosen mata kuliah Riset PR, universitas Mercu Buana.
5. Segenap Dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu serta bimbingan dan dorongan kepada saya selama menuntut ilmu.

6. Orang tua tercinta : Papa Mayon Soetrisno (Alm.) dan Mama Kissumi Dwiyana N. yang hingga saat ini selalu memberikan dukungan dan doa untuk setiap langkah positif yang diambil, juga adikku tersayang Rembulan Indira.
7. Terima kasih atas bantuan dan semangatnya calon istriku sayang Citra Amylia S. Yang terus memacu dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. My best friend : Ardhianto Nugroho (Ari) dan Rachmat Bachari Wibisono (Wibi) yang sudah mau menemani peneliti ke mana saja selama proses penelitian.
9. Seluruh teman-teman angkatan 09 yang tergabung dalam artis menteng, khususnya: Diah, Didi, Theo, Siska, Temmy, Faisal yang sudah memacu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh karyawan di PT. Indomobil Sukses International Tbk. atas kerja sama-nya dalam penyelesaian penelitian ini.
11. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, dengan tidak melupakan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang ada. Semoga penulisan skripsi ini dapat dijadikan bahan acuan bagi pengembangan selanjutnya. Agar hasil yang telah dan akan diperoleh menjadi lebih sempurna dan berguna bagi pembaca.

Jakarta, Maret 2010

Penulis

**Matahari Soekarno**



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>COVER DALAM</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1. Manfaat Akademis .....	9
1.4.2. Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1. Komunikasi .....	10
2.1.1. Pengertian Komunikasi .....	10
2.1.2. Fungsi Komunikasi .....	12
2.2. <i>Public Relations</i> .....	13
2.2.1. Definisi <i>Public Relations</i> .....	13
2.2.2. Publik dalam <i>Public Relations</i> .....	15
2.2.3. Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	19
2.3. Peran <i>Public Relations</i> .....	23
2.4. Efektivitas .....	28
2.4.1. Pengertian Efektivitas .....	28
2.4.2. Mengukur Efektivitas .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	35
3.1. Tipe Penelitian .....	35
3.2. Metode Penelitian .....	36
3.3. Populasi dan Sampel .....	37
3.3.1. Populasi .....	37
3.3.2. Sampel .....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1. Data Primer .....	39
3.4.2. Data Sekunder .....	39
3.5. Definisi dan Operasionalisasi Konsep .....	40
3.5.1. Definsi Konsep .....	40
3.5.2. Operasionalisasi Konsep .....	41
3.7. Teknik Analisis Data .....	42





## DAFTAR TABEL

Judul Tabel	Halaman
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2. Usia Responden	58
Tabel 4.3. Pendidikan Responden	58
Tabel 4.4. Masa Kerja Responden	59
Tabel 4.5. Jabatan Responden	60
Tabel 4.6. PR Melayani Media dengan Baik	61
Tabel 4.7. PR Mempunyai Jaringan Media yang Luas	62
Tabel 4.8. PR Mempunyai Kemampuan Menulis	62
Tabel 4.9. PR selalu Memantau Berita mengenai Perusahaan yang Beredar di Media Massa	63
Tabel 4.10. PR Mempunyai Kemampuan untuk Membuat <i>Press Release</i>	64
Tabel 4.11. Efektivitas Peran PR sebagai Teknisi komunikasi ( <i>communication technician</i> )	65
Tabel 4.12. PR Mempunyai Pengalaman yang Cukup di Bidangnya	66
Tabel 4.13. PR Memiliki Kemampuan Memberikan Solusi dalam Penyelesaian Masalah Hubungan dengan Publik	66
Tabel 4.14. PR Memiliki Kemampuan Memberikan Nasehat/Masukan ke Perusahaan	67
Tabel 4.15. PR Memiliki Wawasan yang Luas	67
Tabel 4.16. Efektivitas Peran PR sebagai Penasehat Ahli ( <i>Expert Prescriber</i> )	69
Tabel 4.17. PR telah Berperan sebagai Komunikator yang Baik	70

Tabel 4.18. PR telah Berperan sebagai Mediator yang Baik	70
Tabel 4.19. PR Mempunyai Kemampuan untuk Menjelaskan Keinginan, Kebijakan dan Harapan Organisasi kepada Publiknya	71
Tabel 4.20. PR telah Berhasil Membangun Komunikasi Dua Arah	71
Tabel 4.21. Efektivitas Peran PR sebagai Fasilitator Komunikasi ( <i>Communication Facilitator</i> )	73
Tabel 4.22. PR Mampu Bekerja Sama dengan Departemen Lain untuk Menyelesaikan Masalah yang Terjadi	74
Tabel 4.23. PR dapat Membantu Perusahaan untuk Mengatasi Masalah	74
Tabel 4.24. PR dapat Berperan Mengatasi Krisis yang Terjadi di Perusahaan	75
Tabel 4.25. Keputusan PR Menjadi Solusi yang Baik bagi Perusahaan	75
Tabel 4.26. Efektivitas Peran PR sebagai Fasilitator Proses Pemecahan Masalah ( <i>Problem Solving Process Fasilitator</i> )	77
Tabel 4.27. Analisis Keseluruhan Efektivitas Peran Humas di PT. Indomobil Sukses International Tbk.	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Skala Penilaian Efektivitas Peran PR  
di PT. Indomobil Sukses Internasional Tbk.80

80



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	87
Lampiran 2	Lembar Koding Penelitian	91
Lampiran 3	Hasil Tabel Frekuensi	95
Lampiran 4	Daftar Riwayat Hidup	97

