



**PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
REPUTASI PERUSAHAAN ORIFLAME INDONESIA**



NAMA : ULFA AYU RAMADHANI
NIM : 04202 ~ 091

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006



Universitas Mercu Buana

SKRIPSI

**PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
REPUTASI PERUSAHAAN ORIFLAME INDONESIA**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S 1) Ilmu Komunikasi**

DISUSUN OLEH :

NAMA : ULFA AYU RAMADHANI

NIM : 04202-091

BIDANG STUDI : HUBUNGAN MASYARAKAT

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Peran Public Relations dalam mempertahankan reputasi
perusahaan Oriflame Indonesia
Nama : Ulfa Ayu Ramadhani
NIM : 04202-091
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Hubungan Masyarakat

Mengetahui

Pembimbing I

(Marhaeni F Kurniawati, S. Sos, M. Si)

Pembimbing II

(Rosady Ruslan, SH, M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ulfa Ayu Ramadhani
NIM : 04202-091
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : Peran Public Relations dalam mempertahankan reputasi perusahaan Oriflame Indonesia

Jakarta, Oktober 2006

Disetujui dan Diterima oleh

Pembimbing I

(Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos, M. Si)

Pembimbing II

(Rosady Ruslan, SH, M. Si)

Mengetahui

Dekan Fikom

(Dra. Diah Wardhani, M. Si)

Ketua Bidang Studi Hubungan Masyarakat

(Irmulan SatiTomohardjo, SH, M. Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana pada tanggal 21 September 2006 dan dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi.

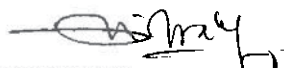
Nama : Ulfa Ayu Ramadhani
NIM : 04202-091
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : Peran Public Relations dalam mempertahankan reputasi perusahaan Oriflame Indonesia

Jakarta, Oktober 2006

Susunan Tim Penguji

1. Ketua Sidang

Nurprapti Wahyu Widyastuti, S. Sos, M. Si

()

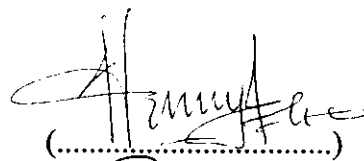
2. Penguji Ahli

Dra. Agustina Zubair, M. Si

()

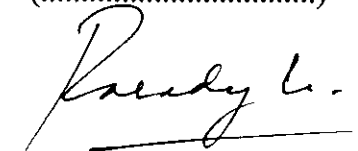
3. Pembimbing I

Marhaeni F. Kurniawati, S. Sos, M. Si

()

4. Pembimbing II

Rosady Ruslan, SH, M. Si

()

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirohim

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'aalamin. Pertama-tama peneliti ingin mengucapkan segala puji bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam karena atas izin dan kehendaknya-lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan barokah.

Peneliti juga tak lupa ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam memberikan do'a, support, bimbingan sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan baik, diantaranya adalah:

1. Ibu Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos, M. Si sebagai Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan masukan, do'a dan meluangkan waktunya dan dalam membimbing peneliti.
2. Bapak Rosady Ruslan, SH, MM sebagai Dosen Pembimbing 2 yang banyak memberikan motivasi, do'a dan meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti.
3. Keluarga ku tercinta. Untuk Bapak, Ibu, Adik-adik yang selalu memberi do'a, dukungan, pengertiannya. I Luv You All.
4. Kepada Ibu Diah Wardhani, S. Sos selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Irmulan Sati Tomohardjo, SH, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Seluruh staff Pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membagikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama dibangku kuliah.
7. Ibu Cylke A. R Andrews sebagai Public Relations Manager Oriflame Indonesia.
8. Ibu Dyah Palupi sebagai pimpinan operasional majalah SWA.
9. Teruntuk “Luva-qu” terima kasih atas cinta, do’a dan dukungannya selama ini. *“Ich Liebe Dich”*.
10. Terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu, Bapak, Tika, Eka dan Opik yang telah banyak memberi nasehat, dukungan dan doanya kepada ku.
11. Untuk teman-teman Gading-ku Chie², Iwie, Rahma, Ika, Indi, Isna, Iin, Dina, Fitri, Doni, Rizqi, Rahmat, Toni, Ucok dan lain-lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu terima kasih banget atas kebaikan kalian selama ini, kalian adalah teman sejatiku. I Luv You All.
12. Untuk teman-teman seperjuanganku selama kuliah Ika, Aqis, Diah, Uthie, Mariska, Mimma, Reno, Kalis, Adie, Rizal, Anggi, Yera dan lain-lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu makasih banget atas do’a, dukungan dan persahabatan kalian selama ini.
13. Terima kasih pada masa lalu, yang menjadi guru-ku selama ini.

Peneliti juga menyadari bahwa sebagai manusia biasa, peneliti tidak luput dari kekurangan, khususnya pada pembuatan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mohon maaf kepada semua pihak apabila terjadi kekhilafan. Terakhir peneliti berharap semoga skripsi ini jauh dapat bermanfaat untuk kekayaan informasi bagi

peneliti sendiri khususnya dan bagi pembaca lainnya. Semoga Allah SWT selalu memberi keberokahan dalam hidup kita, Amiin. Sekian.

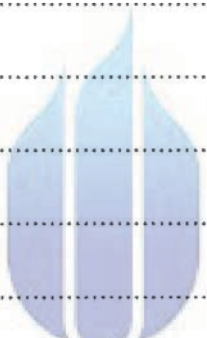
Wassalamualaikum Wr. Wb

Jakarta 2006

Ulfa Ayu Ramadhani



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAKSI	v
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Periodisasi Riset.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Akademik	9
2. Manfaat Praktis.....	9
 UNIVERSITAS MERCU BUANA	
BAB II Kerangka Pemikiran	
2.1 Komunikasi	11
2.1.1 Komunikasi Organisasi	13
2.2 Public Relations.....	14
2.2.1 Fungsi Public Relations	15
2.3 Peran Public Relations	17
2.4 Reputasi	20
2.4.1 Manfaat Reputasi	21
2.5 Reputasi Perusahaan.....	24

2.6 Tiga Penentu Reputasi	25
---------------------------------	----

BAB III Metodologi Penelitian

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	27
3.2 Metode Penelitian	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	29
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	29
3.4 Key Informan	30
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	31
3.5.1 Definisi Konsep	31
3.5.2 Fokus Penelitian	31
3.6 Teknik Analisis Pembahasan	34

BAB IV Gambaran Objek dan Hasil Penelitian

4.1 Objek Penelitian	36
4.1.1 Gambaran Umum Oriflame	36
4.1.2 Public Relations Manager Oriflame	43
4.1.3 Struktur Organisasi Oriflame Indonesia	44
4.2 Hasil Penelitian	45
4.3 Pembahasan	64

BAB IV Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	89

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

