



**STRATEGI KOMUNIKASI PT. SINJARAGA SANTIKA SPORT
DALAM MEMPERKUAT BRAND PERUSAHAAN LOKAL
BERTARAF INTERNASIONAL**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Rizky Fisabilah
44214110119

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2018**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Rizky Fisabillah

NIM : 44214110119

Bidang Studi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

Strategi Komunikasi PT. Sinjaraga Santika Sport dalam Memperkuat Brand Lokal Bertaraf Internasional.

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mereu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mereu Buana dan melakukan kembali proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 21 Februari 2018

Yang membuat pernyataan



(Rizky Fisabillah)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PT.SINJARAGA SANTIKA SPORT DALAM
MEMPERKUAT BRAND LOKAL BERTARAF INTERNASIONAL

Nama : Rizky Fisabilah

NIM : 44214110119

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 13 Januari 2018
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengetahui,
Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Enjang Pera Irawan".

(Enjang Pera Irawan, S.Sos, M.I.Kom)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PT SINJARAGA SANTIKA SPORT DALAM
MEMPERKUAT BRANDING LOKAL BERTARAF INTERNASIONAL

Nama : Rizky Fisabilah

NIM : 44214110119

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 7 Februari 2018

Ketua Sidang,
Dr. A.Rahman, M. Si

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Pengaji Ahli,
Dr. Heri Budianto, M. Si

(.....)
(.....)

Pembimbing I
Enjang Pera Irawan, S.Sos, M.I.Kom

E.Haryanto.
(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PT SINJARAGA SANTIKA SPORT DALAM
MEMPERKUAT BRAND PERUSAHAAN LOKAL BERTARAF
INTERNASIONAL**

Nama : Rizky Fisabilah

NIM : 44214110119

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta , 7 Februari 2018
Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing


Enjang Pera Irawan

(Enjang Pera Irawan, S.Sos, M.I.Kom)

Ketua Bidang Studi Public Relations

Elly Yuliawati

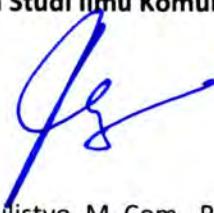
(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyo, M. Com., Ph. D)

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT karena atas nikmat dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat penulis untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Public Relations. Skripsi ini berjudul “Strategi Komunikasi PT. Sinjaraga Santika Sport dalam Memperkuat Brand Lokal Bertaraf Internasional”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang dikarenakan kurangnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak yang terkait di dalamnya. Jadi dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Enjang Pera Irawan, M.Ikom selaku dosen pembimbing, yang sudah membantu dalam segala hal terkait dalam penyelesaian skripsi
2. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana
4. Kedua Orang Tua, Bapak Bambang Gatot Sugiarto dan Ibu Sutris Haryati yang selalu memberikan semangat, dorongan dan doa yang tidak pernah putus kepada penulis

5. Nur Ratri C. yang sudah memberikan semua support agar skripsi cepat selesai
6. Mang Arief yang sudah memberikan masukan-masukannya
7. Teman-teman satu perjuangan Mba Disty dan Tasya yang sama-sama lulus paling akhir

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rezeki dan karunia-Nya kepada mereka yang telah memberikan berbagai macam bantuan. Semoga skripsi ini bisa menjadi manfaat dan bahan referensi di masa yang akan datang

Jakarta, 7 Februari 2017

Rizky Fisabilah



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	4
1.3. Identifikasi Masalah.....	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pengertian Komunikasi	7
2.1.1. Tujuan Komunikasi	8
2.2. Public Relations.....	9
2.2.1. Peran Public Relations	12
2.1.1. Fungsi Public Relations.....	15
2.1.2. Tujuan Public Relations	20
2.3. Strategi Komunikasi Public Relations	22
2.3.1. Tahapan Strategi Komunikasi	24
2.4. Manajemen Public Relations.....	27
2.4.1. Proses Perencanaan Program Public Relations	29
2.4.2. Prinsip Program PR	33
2.5. Brand	34
2.5.1. Karakteristik <i>Brand</i>	35
2.5.2. Manfaat Brand.....	37
2.5.3. Fungsi Brand	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39

3.1.	Paradigma Penelitian	39
3.2.	Tipe Penelitian.....	40
3.3.	Metode Penelitian.....	42
3.4.	Subjek Penelitian	43
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1.	Data Primer	43
3.4.2.	Data Sekunder	44
3.6.	Teknik Analisis Data	45
s3.7.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	46
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2.	Hasil Penelitian	54
4.2.1.	Peran Public Relations Perusahaan	54
4.2.2.	Tahapan Strategi Komunikasi	55
4.2.3.	Pelaksanaan Strategi Komunikasi	58
4.2.4.	Hambatan dan Solusi.....	62
4.3.	Pembahasan.....	63
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
	DAFTAR PUSTAKA	69

MERCU BUANA