



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM PEMBERIAN PROMOSI UNTUK
MEMBANGUN CITRA PADA PT.EIGERINDO MULTI PRODUK INDUSTRY**

(Periode Februari – juni 2021)

SKRIPSI

Proposal Penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata1(S-1)
Ilmu Komunikasi dalam Bidang Studi Public Relations

Di susun oleh :

MERCU BUANA

Humairatul Muthi

44218010055

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Humairatul Muthi
NIM : 44218010055
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Strategi Public Relations dalam pemberian promosi untuk membangun PT.Eigerindo Multi Produk Industry adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 18 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



(Humairatul Muthi)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi



(Dr. A. Rahman, HI. M.Si)



(Suryanings Hayati, SE, MM, M.Ikom)

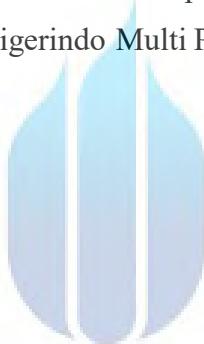


Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Humairatul Muthi
NIM : 44218010055
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Strategi Public Relations Dalam pemberian promosi untuk
membangun PT.Eigerindo Multi Produk Industry



Jakarta, 18 Agustus 2022

MERCU BUANA
Mengetahui,
Pembimbing

(Dr. A. Rahman, HI. M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

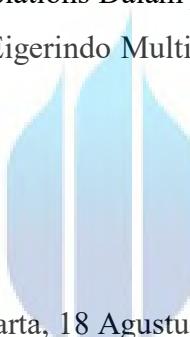
Nama : Humairatul Muthi

NIM : 44218010139

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Judul : Strategi Public Relations Dalam pemberian promosi untuk
membangun PT.Eigerindo Multi Produk Industry



Jakarta, 18 Agustus 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Dr. Ira Purwitasari,S.Sos., M.I.Kom

(.....)

Penguji Ahli : Dra. Diah Wardhani, M.Si

(.....)

Pembimbing : Dr. A. Rahman, HI. M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Strategi Public Relations Dalam pemberian promosi untuk membangun PT.Eigerindo Multi Produk Industry
Nama : Humairatul Muthi
NIM : 44218010055
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 18 Agustus 2022

Disetujui dan diterima
oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

 
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Suryanings Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Dr. A. Rahman, HI. M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, serta rahmat shalawat dan salam Nya untuk junjungan besar Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul: **“Strategi Public Relations Dalam Pemberian Promosi untuk membangun Citra Pada PT. Eigerindo Multi Produk Industry”**. Penyusunan penelitian ini di buat dalam rangka untuk memperoleh gelar sarjana sastra (S-1) Ilmu Komunikasi dalam bidang Public Relations.

Dalam penelitian ini peneliti pastinya mengalami banyak hambatan, namun peneliti mendapat banyak dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak sampai pada akhirnya peneliti bisa menyelesaikan proposal penelitian ini. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Abdul Rahman HI, MM, M.Si selaku dosen pembimbing. Terima kasih karena telah membimbing peneliti dalam penyusunan Skripsi penelitian ini.
2. Suryaning Hayati SE,MM,M.I.kom selaku Kepala Program Studi Public Relations S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana serta sebagai dosen Mata Kuliah Riset Komunikasi yang pertama kali membimbing peneliti dalam pembuatan judul dan tema Skripsi penelitian ini.
3. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Peneliti juga mengucapkan Terimakasih kepada kedua orang tua peneliti atas do'a dan dukungan nya dalam pembuatan Skripsi ini.
5. Robiatul Azhar Mumtaz selaku adik peneliti, Terima kasih karena sudah membantu mencari kata –kata yang tempat untuk di masukan

dalam Skripsi penelitian ini.

6. Peneliti juga mengucapkan Terima kasih pada Mutiara Roshinta atas masukan penelitian ini.
7. Peneliti juga mengucapkan Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan peneliti yaitu Anisa Frida,Nisa halimah,Hariandini,Febriyanti yang sudah memberikan semangat dan juga membantu memberikan opini tentang Skripsi ini.

Meski telah disusun secara maksimal, namun peneliti sebagai manusia bisa menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, Demikian yang dapat saya sampaikan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat memperluas wawasan bagi para pembaca.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta ,1 maret 2022



Humairatul Muthi

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNTAAN MAHASISWA.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Fokus masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian terdahulu.....	8
2.2 Komunikasi organisasi	11
2.3 Public Relations.....	20
2.3.1 Pengertian Public Relations.....	20
2.3.2 Fungsi dan tujuan Public Relations	21
2.4 Strategi Public Relations	24
2.5 Citra	26

2.5.1 Jenis-jenis citra	27
2.6 Marketing Public Relations (MPR).....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Subyek penelitian	35
3.4 Teknik pengumpulan Data	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder	38
3.5 Teknik analisi data.....	38
3.6 Teknik keabsahan data	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum Obyek penelitian.....	41
4.1.1Sejarah Eigerindo Multi Produk Industry	41
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	42
4.1.3 Logo PT. Eigerindo	42
4.1.4 Produk-produk dari Eiger	43
4.1.5 Struktur Organisasi.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.3 Pembahasan	49
4.3.1 Mendefinisikan masalah.....	51
4.3.2 Perencanaan.....	51
4.3.3 Aksi dan komunikasi	53
4.3.4 Evaluasi	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran.....	57
5.2.1 Saran akademis.....	57
5.2.2 Saran praktis.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
Lampiran.....	62

