



**PERSONAL BRANDING SALESMAN PT KONIMEX DALAM**

**MEMBENTUK CITRA PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

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

**Disusun Oleh :**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
**DEWI ABDALIA**  
**44218120100**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

**i**

<https://lib.mercubuana.ac.id>

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Abdalia  
NIM : 44218120100  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Salesman  
PT.Konimex Dalam Membentuk  
Citra Perusahaan

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2023



**Dewi Abdalia**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Dewi Abdalia

Nim : 44218120100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Salesman PT. Konimex dalam  
Membentuk Citra Perusahaan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Yuni Tresnawati S.Sos, M.Ikom

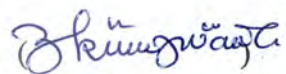
NIDN : 0326068001

Ketua Penguji : Dr. Suraya, M.Si

NIDN : 0327116802

Penguji Ahli : Wiyanto H, M.Ikom

NIDN : 0330019002



Jakarta, 09 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Personal Branding Salesman PT.Konimex Dalam Membentuk Citra Perusahaan”. Penulisan tugas akhir ini di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana Strata 1 (S1) pada program studi Public Relations di Universitas Mercu Buana. Penulisan proposal ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal skripsi ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Yuni Tresnawati, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjadi anak bimbingannya serta sabar dalam memberikan motivasi dan masukan dalam setiap bimbingan.
2. Bapak Prof. DR.Ahmad Mulyana, M.Si selaku dDEkan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr.Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua program studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Sekertaris Bidang Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Staff dan Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama mengikuti perkuliahan dan penulisan skripsi.
6. Staff tata usaha yang telah membantu kelancaran kegiatan perkuliahan selama 4 tahun.
7. Mamah, Alm.Ayah, Adik, Kakak dan Anak- anak ku Adrian Raya Pratama dan Sabrina Aliyah Putri yang telah memberikan banyak dukungan, materi, do'a dan semangat dalam pengerjaan skripsi.Serta Lelaki Terkasih Ade Irwan Romadhoni atas supportnya selama berkuliah di Universitas Mercu Buana

8. Rekan-rekan mahasiswa/i Public Relations yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu yang selalu ada di sisi dalam pengerjaan skripsi.
9. Keluarga Besar Tim Commercial Marketing (CM) PT.Konimex Cabang Jakarta Barat yang telah memberikan izin dan juga kesempatan untuk melakukan penelitian di perusahaan ini.
10. Semua informan yang berkenan meluangkan waktu untuk membantu dalam penelitian ini.

Terakhir, atas segala bantuan, do'a dan dukungan yang telah diberikan semoga Allah Subhanahuwa Ta'ala membalas kebaikan yang telah diberikan. Sehingga pada akhirnya karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kemajuan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi.

Jakarta, 23 Agustus 2023



**Dewi Abdalia**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Abdalia  
NIM : 44218120100  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Salesman PT. Konimex  
dalam Membentuk Citra Perusahaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 09 September 2023

Yang menyatakan,



( Dewi Abdalia )

## ABSTRAK

Nama : Dewi Abdalia  
NIM : 44218120100  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Salesman PT Konimex Dalam  
Membentuk Citra Perusahaan  
Dosen Pembimbing : Yuni Tresnawati, S.Sos, M. Ikom.

Salesman perusahaan memiliki tugas sebagai jembatan perusahaan dalam mengkomunikasikan produk kepada khalayak. Salesman juga dapat membantu perusahaan dalam membentuk citra perusahaan di mata khalayak. Seperti salah satunya peran Salesman PT Konimex menciptakan persepsi positif kepada khalayak melalui personal branding dirinya. Karenanya personal branding Salesman PT Konimex menjadi daya tarik penelitian ini, untuk meneliti rangkaian dan peran personal branding Salesman PT Konimex dalam membentuk Citra perusahaan.

Adapun metode penelitian yang digunakan penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif sebagai pisau analisis penelitian ini. Landasan teori yang digunakan penelitian ini adalah pemahaman Public Relations, Citra dan Personal Branding, serta Citra perusahaan. Paradigma yang digunakan penelitian ini adalah Post-positivisme yang bersifat naturalistic, karena peneliti hendak melihat kejadian secara natural dan alamiah, dengan rangkaian penarikan data menggunakan wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi.

Adapun hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa; bahwa peran personal branding Salesman PT Konimex sangat berpengaruh pada citra perusahaan. Keberhasilan personal branding ini juga tidak lepas dari peran *sales officer* yang memberikan edukasi dan SOP perusahaan agar Salesman dapat menjalankan kewajibannya sesuai dengan nilai-nilai perusahaan.

**Kata kunci:** *Public Relations, Salesman, Citra Perusahaan, Personal Branding*

## ABSTRACT

Nama : Dewi Abdalia  
NIM : 44218120100  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Personal Branding Salesman PT Konimex Dalam  
Membentuk Citra Perusahaan  
Dosen Pembimbing : Yuni Tresnawati, S.Sos, M. Ikom.

The company's salesman has a duty as a bridge for the company in communicating products to the public. Salesmen can also assist companies in shaping the company's image in the eyes of the public. As one of the roles of the PT Konimex Salesman in creating positive perceptions to the audience through his personal branding. Therefore the personal branding of PT Konimex salesmen is the main attraction of this research, to examine the series and role of personal branding salesmen of PT Konimex in forming corporate image.

The research method used in this research is descriptive qualitative as the analytical tool for this research. The theoretical basis used in this research is the understanding of Public Relations, Image and Personal Branding, and Corporate Image. The paradigm used in this research is Post-positivism which is naturalistic in nature, because researchers want to see events naturally and naturally, with a series of data collection using interviews, field observations, and documentation.

The results of this study concluded that; that the personal branding role of PT Konimex Salesman is very influential on the company's image. The success of this personal branding cannot be separated from the role of the sales officer who provides education and company SOPs so that Salesmen can carry out their obligations in accordance with company values.

**Keywords:** *Public Relations, Salesmen, Corporate Image, Personal Branding.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademik.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II .....	7
TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Kajian Teoritis .....	13
2.2.1 Public Relations .....	13
2.2.2 Fungsi Public Relations.....	14
2.2.3 Pengertian Citra .....	15
2.2.4 Jenis-jenis Citra.....	16

2.2.5	Mekanisme Terbentuk Citra .....	17
2.2.6	Citra Perusahaan.....	19
2.2.7	Komponen dalam Citra Perusahaan .....	20
2.2.8	Makna Branding dan Personal Branding .....	23
2.2.9	Ciri Khas Personal Branding .....	25
2.2.10	Konsep Pembentukan Personal Branding.....	27
2.2.11	Elemen Personal Branding .....	28
2.2.12	Salesman.....	30
<b>BAB III.....</b>		<b>32</b>
<b>METODELOGI PENELITIAN.....</b>		<b>32</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	32
3.2	Metode Penelitian .....	32
3.3	Subyek Penelitian.....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4.1.	Data Primer .....	35
3.4.2.	Data Sekunder .....	36
3.5	Teknik Analisis Data .....	36
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	38
<b>BAB IV.....</b>		<b>39</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>39</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	39
4.1.2	Logo Perusahaan .....	41
4.1.3	Visi dan Misi PT Perusahaan .....	41
4.1.4	Lokasi PT Konimex.....	42
4.1.5	Produk yang Tersedia .....	42
4.2	Hasil Penelitian .....	43
4.2.1	Konsep Personal Branding Bagi Salesman PT Konimex dalam .....	44
4.2.2	Terbentuknya Personal Branding Salesman yang .....	49
4.2.3	Langkah dan Strategi Salesman Memperkuat Personal Branding .....	52

<b>4.3</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>55</b>
4.3.1	Penerapan Strategi Personal Branding Salesman dalam Membentuk.....	56
4.3.2	Ciri Khas Personal Branding Salesman PT Konimex.....	58
4.3.3	Dampak Personal Branding Salesman PT Konimex pada Citra.....	59
<b>BAB V</b>	<b>.....</b>	<b>61</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>.....</b>	<b>61</b>
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	<b>67</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Mekanisem Pembentukan Citra .....	18
Gambar 4. 1 Logo PT Konimex .....	41
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	43
Gambar 4. 3 Dokumentasi Salesman PT Konimex Saat Setelah Merapikan Produk di Toko Konsumen.....	56
Gambar 4. 4 Dokumentasi Salesman Menwarkan Produk Kepada Pemilik Toko	57
Gambar 4. 5 Dokumentasi Salesman Saat Mengunjungi Konsumen Untuk Order Produk .....	59



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Key Informan Wawancara Penelitian .....	34

