



**STRATEGI COMMUNITY RELATIONS
DALAM MENGOKOHKAN BRAND IMAGE XL XPLOR**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

IRZA EKAWATI

44212120064

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI COMMUNITY RELATIONS DALAM
MENGOKOHKAN BRAND IMAGE XL XPLOR
Nama : Irza Ekawati
NIM : 44212120064
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Februari 2015

Mengetahui,
Pembimbing

(Rahmadya Putra Nugraha, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI COMMUNITY RELATIONS DALAM
MENGOKOHKAN BRAND IMAGE XL XPLOR**
Nama : Irza Ekawati
NIM : 44212120064
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Februari 2015

Ketua Sidang,
Dadan Iskandar, M.Si


(.....)

Penguji Ahli,
Marwan Mahmudi, M.Si


(.....)

Pembimbing I,
Rahmadya Putra Nugraha, M.Si


(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI COMMUNITY RELATIONS DALAM
MENGOKOHKAN BRAND IMAGE XL XPLOR**

Nama : Irza Ekawati

NIM : 44212120064

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 20 Februari 2015

Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Rahmadya Putra Nugraha, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

an .

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan berkah yang telah diberikan, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul: “**STRATEGI COMMUNITY RELATIONS DALAM MENGOKOHKAN BRAND IMAGE XL XPLO**R”. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana.

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada Ayah dan Ibu atas doa dan semua dukungannya. Peneliti juga ingin memberikan apresiasi dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen Pembimbing Bapak Rahmadya Putra Nugraha. M.Si atas segala arahannya dalam pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Ibu DR. Agustina Zubair, M.Si
3. Ketua Program Studi *Public Relations* Dr. Elly Yuliatwati, M.Si
4. Aa Subhan, Teteh Windi, Dodom, Farrel, Azzam dan Mickshell.
5. Indah Purnama dan Sri Indradewi.
6. Xplor Team Mas Edo, Nadhia, Dhika, Mbak Pipin, Arman dan Novi

Jakarta, November 2014

Peneliti

Irza Ekawati

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK	ix
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Organisasi	8
2.2 <i>Public Relations</i>	11
2.2.1 Definisi <i>Public Relations</i>	11
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	12
2.2.3 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	14
2.2.4 Eksternal <i>Public Relations</i>	14
2.2.5 Strategi <i>Public Relations</i>	16
2.3 <i>Community Relations</i>	18
2.3.1 Definisi Komunitas	18
2.3.2 Definisi <i>Community Relations</i>	20
2.3.3 Tujuan <i>Community Relations</i>	21
2.3.4 Aktivitas <i>Community Relations</i>	22
2.4 <i>Brand Image</i>	25
2.4.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	25
2.4.2 Manfaat <i>Brand Image</i>	26
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Subyek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5 Teknik Analisis Data	32
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	34
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.3 Nilai – Nilai Perusahaan.....	36
4.1.4 Budaya Kerja Perusahaan	38

4.1.5	Filosofi Logo dan Slogan Perusahaan.....	39
4.1.6	Struktur Organisasi Perusahaan	41
4.2	Hasil Penelitian.....	43
4.2.1	Strategi Community Relations XL Xplor	45
KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		68
CV		72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Evolusi Logo XL Axiata	39
Gambar 2 Logo XL Axiata	40
Gambar 3 Struktur Organisasi General XL Axiata	41
Gambar 4 Struktur Organisasi XL Xplor	42
Gambar 5 Consultant XL Xplor	56
Gambar 6 Program Choose Your Consultant.....	57
Gambar 7 Bentuk enjoyment Komunitas dalam Event.....	58
Gambar 8 Area Device Experience XL Xplor	58
Gambar 9 Bentuk Experience dalam Event	59
Gambar 10 Bentuk Pre Event.....	60
Gambar 11 Bentuk Hari Event.....	60
Gambar 12 Bentuk Post Event	61
Gambar 13 Bentuk Engagement Komunitas XL Xplor	61



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Strategi Community Relations XL Xplor	54
Tabel 2 Calendar Event XL Xplor Okt-Des 2014.....	55





UNIVERSITAS
MERCU BUANA