

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS ADMISSION
CONSULTANT DALAM MEMBENTUK CITRA
PERUSAHAAN HACKTIV8 INDONESIA**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Tugas Akhir

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Srata
Satu (S1) Ilmu Komunikasi Di Bidang Public Relations

Disusun Oleh :

DEBORAH

44216010082

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PUBLIC RELATIONS ADMISSION
CONSULTANT DALAM MEMBENTUK CITRA
PERUSAHAAN HACKTIV8 INDONESIA**

Nama : Deborah

NIM : 44216010082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 30 Maret 2021

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PUBLIC RELATIONS ADMISSION
CONSULTANT DALAM MEMBENTUK CITRA
PERUSAHAAN HACKTIV8 INDONESIA

Nama : Deborah

NIM : 44216010082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi: Public Relations

Jakarta, 03 April 2021

Ketua Sidang,

Anindita, M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli,

Drs. Riswandi, M.Si

(.....)

Pembimbing,

Dr. Farid Hamid, M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PUBLIC RELATIONS ADMISSION
CONSULTANT DALAM MEMBENTUK CITRA
PERUSAHAAN HACKTIV8 INDONESIA**

Nama : Deborah

NIM : 44216010082

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 14 April 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Dr. Farid Hamid, M.Si)


(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu

Komunikasi


(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Deborah
NIM : 44216010082
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **Strategi Public Relations Admission Consultant Dalam Membentuk Citra Perusahaan Haktiv8 Indonesia** adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Demikianlah surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya

MERCU BUANA

Jakarta, 01 April 2021





Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Deborah 44216010082

ABSTRAK

Strategi Public Relations Admission Consultant Dalam Membentuk Citra Perusahaan Hacktiv8 Indonesia
Bibliografi: 5 Bab 150 Halaman + Lampiran + 27 Buku + 2 Internet

Strategi Public Relations dibentuk oleh beberapa unsur-unsur tertentu, khususnya strategi korporat yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah, tujuan dan sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya perusahaan bersangkutan.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana Strategi PR yang dilakukan oleh tim Admission Consultant perusahaan Hacktiv8 Indonesia kepada para siswanya. Suatu perusahaan apapun jenis usahanya harus mempunyai citra yang baik demi keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian ini melakukan wawancara mendalam kepada narasumber yang bertujuan untuk menjelaskan dan memahami objek yang diteliti secara khusus.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tim Admission Consultant pada perusahaan Hacktiv8 Indonesia menerapkan proses strategi *Public Relations* yang terdiri dari Fact Finding (Identifikasi Masalah), Planning (Perencanaan), Action and Communication (Aksi dan Komunikasi), dan Evaluation (Evaluasi). Proses strategi Public Relations ini diimplementasikan dalam kegiatan baik online dan offline. Bentuk implementasi kegiatan juga berdampak pada citra perusahaan Hacktiv8 Indonesia.

Kata Kunci : *Strategi, Public Relations, Citra, Admission Consultant, Hacktiv8 Indonesia.*



University of Mercu Buana
Faculty of Communication
Field of Public Relations Studies
Deborah 44216010082

ABSTRACT

Public Relations Strategy for Admission Consultant in Forming Indonesian Hactiv8 Company Image

Bibliografi: 5 Chapters 105 Pages + Appendix 27 Books + 2 Internet

Public Relations Strategy is formed by certain elements, especially corporate strategies related to the environment, conditions, vision or direction, goals and objectives of a pattern that forms the basis of the company's culture.

The research was conducted to find out how the PR strategy carried out by the Admission Consultant team of the Hactiv8 Indonesia company to its students. A company, regardless of its type of business, must have a good image for the survival of the company itself. This research uses a qualitative research approach with descriptive research methods. This study conducted in-depth interviews with sources that aimed to explain and understand the object under study specifically.

The results of the study show that the Admission Consultant team at Hactiv8 Indonesia implemented a Public Relations strategy process consisting of Fact Finding (Problem Identification), Planning (Planning), Action and Communication (Action and Communication), and Evaluation (Evaluation). This Public Relations strategy process is implemented in both online and offline activities. The form of the implementation of the activities also had an impact on the company's image of Hactiv8 Indonesia.

Keyword : *Strategy, Public Relations, Image, Admission Consultant, Hactiv8 Indonesia.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasihnya, telah memberikan kesehatan hingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “*Strategi Komunikasi Admission Consultant Dalam Membentuk Citra Perusahaan Hacktiv8 Indonesia*”.

Dalam menyelesaikan skripsi peneliti banyak mengalami hambatan. Namun dengan adanya dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak yang terlibat membuat peneliti merasa yakin dan mampu dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Dosen Pembimbing dan selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang membantu Saya selama perkuliahan ini, yang telah sabar membimbing penulis, memberikan nasihat dan masukan yang membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
2. Ibu Dr. Elly Yulawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
3. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Marwan selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Kepada seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi. Khususnya dosen Public Relations yang selama ini telah membantu mengarahkan saya untuk dapat menerima pelajaran dari mata kuliah selama ini.
6. Teristimewa kedua orang tua Saya yaitu Alm. Kamsah Mendrofa yang sudah berada di Surga, serta Ibu Saya yaitu Asdewi Irawati Kristin karena

beliau adalah sosok yang Saya cintai karena berkat beliau mampu membuat saya berdiri sampai sejauh ini atas dukungan yang tiada henti nya dari doa, dukungan maupun semua pemberian yang selama ini sejak saya terlahir.

7. Antoni Angga yang selalu memotivasi, mendukung dan memberikan semangat kepada Saya dalam keadaan apapun.
8. Kepada sahabat-sahabat Saya Nari Ratih Novianti, Arvioriza Fitri Anawaya, Syifa Fitriani, Ade Chandra, Priskila Natalia Mariza, Gabriella Salomina Samallo, Alm Ade Taufik, Lely Chaerani Putri, Zagita Chavia P, Florida , dan teman teman seperjuangan Public Relation yang selama ini terus memberikan semangat dalam keadaan apapun selama menempuh perkuliahan

Terima kasih yang sebesar – besarnya peneliti sampaikan kepada pihak – pihak lainnya yang tidak mungkin disebutkan satu persatu. Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, dan peneliti sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang disampaikan demi menyempurnakan penelitian yang dilakukan agar menjadi lebih baik lagi.

Jakarta, 26 Februari 2021

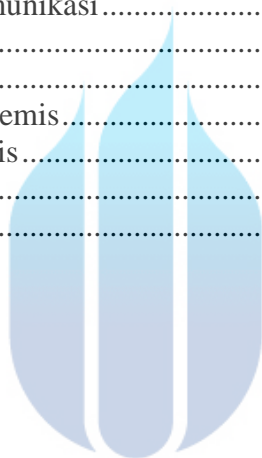
Peneliti

Deborah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 Komunikasi	13
2.2.2 Tujuan Komunikasi	14
2.2.3 Pengertian Strategi Public Relations	15
2.2.4 Fungsi dan Peran Public Relations	19
2.2.5 Pengertian Public Relations.....	21
2.2.6 Tujuan Public Relations	22
2.2.7 Proses Strategi Public Relations.....	24
2.2.8 Citra Perusahaan	30
2.2.9 Fungsi PR Dalam Membentuk Citra Sebuah Perusahaan	33
BAB III.....	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	36
3.3 Subjek Penelitian	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Data Primer.....	40
3.4.2 Data Sekunder	41
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.5.1 Teori Induksi	42
3.5.2 Reduksi Data	42
3.6.1 Triangulasi Sumber	43
3.6.2 Triangulasi Teknik	43
3.6.3 Triangulasi Waktu	44
3.6.4 Pemeriksaan sejawat.....	44
BAB IV	45

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	45
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	45
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	47
4.2	Hasil Penelitian	53
4.2.1	Identifikasi Masalah.....	53
4.2.2	Fact Finding (Mengidentifikasi Permasalahan).....	55
4.2.2	Planning.....	65
4.2.3	Action and Communication.....	76
4.2.4	Evaluation.....	81
4.3	Pembahasan	83
BAB V	92
5.1	Kesimpulan	92
1)	Identifikasi Masalah	92
2)	Perencanaan.....	92
3)	Aksi dan Komunikasi.....	93
4)	Evaluasi	93
5.2	Saran	93
5.2.1	Saran Akademis.....	94
5.2.2	Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	0



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi Hactiv8 Indonesia.....	47
Gambar 2 Contoh Kampanye Program ISA.....	59
Gambar 3 Contoh Kampanye Program ISA.....	59
Gambar 4 Contoh Testimonial Alumni Hactiv8 dengan program ISA yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id	60
Gambar 5 Contoh Kurikulum Hactiv8	65
Gambar 6 Contoh Keunggulan Hactiv8 di bandingkan Coding Bootcamp yang lainnya yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id	65
Gambar 7 Contoh Cover Student Handbook	68
Gambar 8 Contoh Halaman Student Handbook	69
Gambar 9 Contoh Halaman Student Handbook.....	70
Gambar 10 Contoh Keunggulan dari Hactiv8.....	71
Gambar 11 Contoh Campaign yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id.....	72
Gambar 12 yang didapatkan siswa setelah lulus dari Hactiv8	73
Gambar 13 Contoh Campaign yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id	74
Gambar 14 Contoh Testimonials dari Hiring Partners Hactiv8 yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id.....	75
Gambar 15 Contoh Testimonials dari Hiring Partners Hactiv8 yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id	76
Gambar 16 Contoh Campaign Hactiv8 yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id	79
Gambar 17 Contoh Campaign Hactiv8 yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id	80
Gambar 18 Contoh Campaign Hactiv8 yang diperoleh dari akun Instagram Hactiv8 Indonesia yaitu @hactiv8id	81
Gambar 19	82

Gambar 20 Tahapan Proses Strategi PR84

