



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS TECHNIPFMC GROUP
INDONESIA DALAM MEMBENTUK CITRA PERUSAHAAN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh:

ZAHRA BRENDA NAYU

44215110153

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zahra Brenda Nayu

NIM : 44215110153

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

Aktivitas Public Relations TechnipFMC Group Indonesia Dalam Membentuk Citra Perusahaan adalah murni hasil karya yang telah saya buar 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.

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

Jakarta 09 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



(Zahra Brenda Nayu)

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua Bidang Studi

(Sabena, S.Ikom, M.Ikom)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Aktivitas Public Relations TechnipFMC Group Indonesia
Dalam Membentuk Citra Perusahaan
Nama : Zahra Brenda Nayu
NIM : 44215110153
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 23 Januari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing,

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Sabena, S.Ikom, M.Ikom)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Judul : Aktivitas Public Relations TechnipFMC Group Indonesia
Dalam Membentuk Citra Perusahaan

Nama : Zahra Brenda Nayu

NIM : 44215110153

Fakultas : Ilmu Komunikasi

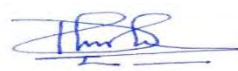
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 23 Januari 2021

Ketua Sidang,
Dr. Elly Yuliawati, M.Si


UNIVERSITAS
MERCU BUANA (.....)

Penguji Ahli,
Diah Wardhani, M.Si


(.....)

Pembimbing,
Sabena, S.Ikom, M.Ikom


(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : Aktivitas Public Relations TechnipFMC Group Indonesia
Dalam Membentuk Citra Perusahaan
Nama : Zahra Brenda Nayu
NIM : 44215110153
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 23 Januari 2021

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Sabena, S.Ikom, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Zahra Brenda Nayu
44215110153

Aktivitas Public Relations TechnipFMC Group Indonesia Dalam Membentuk Citra Perusahaan

Bibliografi : 5 Bab 140 hal + lampiran + 30 buku + 4 Internet

ABSTRAK

Penelitian dengan judul Aktivitas Public Relations TechnipFMC Group Indonesia Dalam Membangun Citra Perusahaan adalah sebuah penelitian yang mengangkat tema aktivitas *public relations* dalam membangun citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas apa yang dilakukan oleh *public relations* TechnipFMC Group Indonesia dalam membangun citra perusahaannya. Penelitian ini dilaksanakan di TechnipFMC Group Indonesia yang beralamat di metropolitan Tower Lt. 15, Jl. R.A Kartini kav.14, Cilandak, Jakarta Selatan 12430.

Dalam penelitian ini, metode yang dipakai adalah deskriptif kualitatif, sehingga penelitian ini menggambarkan keadaan yang terjadi sebenarnya, tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi, akan tetapi mengungkap keadaan sebagaimana adanya sehingga mengungkap fakta tentang aktivitas *public relations* di TechnipFMC Group Indonesia. Dalam pengumpulan data kualitatif, penulis melakukan pengolahan informasi yang diperoleh dari sumber-sumber data primer yang menggambarkan data yaitu dengan uraian penjelasan yang berasal dari transkrip wawancara dengan bagian-bagian yang berhubungan aktivitas *public relations* TechnipFMC Group Indonesia, mulai dari humas, *business development* hingga HRD. Sehingga hasil yang didapat dicek silang untuk memperoleh informasi yang mendekati obyektifitas dan untuk sumber data sekunder didapat melalui literatur-literatur terkait.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat menunjukkan bahwa *public relations* berada dibawah divisi *Business Development & Sales*. Dalam usaha membangun citra positif, *public relations* TechnipFMC Group Indonesia terlihat telah melakukan upaya yang baik dengan menjalankan aktivitas *public relations*. Aktivitas yang dilakukan meliputi perencanaan dan eksekusi program, publikasi, publisitas dan *public speaking*.

Kata Kunci: Aktivitas PR, Strategi komunikasi, Citra Perusahaan



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Zahra Brenda Nayu
44215110153

Public Relations Activities of TechnipFMC Group Indonesia in Building a Corporate Image

Bibliografi : 5 Bab 140 pages + attachments + 30 books + 4 Internet

ABSTRACT

Public Relations Activities in Building a Corporate Image is a study which highlighting the theme of public relations activities in building a corporate image of TechnipFMC Group Indonesia. This study aims to determine what activities the TechnipFMC Group Indonesia public relations undertakes in building its corporate image. This research was conducted at TechnipFMC Group Indonesia, which is located at the Metropolitan Tower Lt. 15, Jl. R.A Kartini kav.14, Cilandak, South Jakarta 12430.

Descriptive qualitative method is used in this research, so it describes the actual situation, does not explain the relationship, does not test hypotheses or make predictions, but reveals the situation as it is so that it reveals facts about public relations activities at TechnipFMC Group Indonesia. In collecting qualitative data, the author processed the information obtained from primary data sources that describe the data. Primary data obtain through the interview transcripts with all parts related to the public relations activities of TechnipFMC Group Indonesia, from public relations, Business Development to HRD. So that the results obtained are cross-checked to obtain information that is close to objectivity.

For secondary data sources, obtained through literatures study. Based on the research conducted, it shows that public relations is under the Business Development & Sales division. In an effort to build a positive image, the public relations TechnipFMC Group Indonesia has done a good job by carrying out public relations activities. Activities carried out include planning and program execution, publication, publicity and public speaking.

Keywords: Public Relations Activities, Communication Strategy, Corporate Image

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, kesehatan, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, meskipun dalam prosesnya banyak sekali rintangan dan hambatan.

Akhirnya setelah melalui perjalanan panjang, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Aktivitas Public Relations TechnipFMC Group Indonesia Dalam membentuk Citra Perusahaan”. Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Saudara:

1. Sabena, S.Ikom, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan serta meluangkan waktu di sela-sela kesibukan untuk memberikan arahan dan bimbingan.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi serta Ketua Sidang.
3. Diah Wardhani, M.Si selaku Penguji Ahli.
4. Dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, terima kasih banyak atas ilmu yang telah bapak/ibu berikan untuk penulis selama masa perkuliahan, hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Civitas Akademika Universitas Mercu Buana.
6. Kedua orang tua yang tak pernah berhenti mendoakan.
7. Claudia Nayu selaku kakak perempuan saya yang selalu memberikan dukungan.

8. Feri Agustyan, Venny Irliani, Husna Chaidar, sebagai teman yang kebbaikannya tidak akan pernah saya lupakan.
9. Teman- teman PR UMB.

Penulis mendoakan semoga kebaikan, dukungan, dan bimbingan tersebut diterima sebagai amal baik oleh Tuhan Yang Maha Esa, amin.

Jakarta, 2021



Zahra Brenda Nayu



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Komunikasi.....	13
2.2.1. Pengertian Komunikasi	13
2.2.2. Unsur-unsur Komunikasi.....	15
2.2.3. Proses Komunikasi	16
2.2.4. Fungsi Komunikasi	16
2.2.5. Tujuan Komunikasi	18
2.2.6. Strategi dalam Komunikasi	18
2.2.7. Pondasi Strategi Komunikasi Efektif	19
2.3. Komunikasi Organisasi	19
2.4. <i>Public Relations</i>.....	26
2.4.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	26
2.4.2. Aktivitas <i>Public Relations</i>	29
2.4.3. Peran <i>Public Relations</i>	31
2.4.4. Fungsi <i>Public Relations</i>	34
2.4.5. Tugas <i>Public Relations</i>	37

2.5. Citra	38
2.5.1. Pengertian Citra	38
2.5.2. Jenis Citra	39
2.5.3. Pembentukan Citra	40
2.5.4. Citra Perusahaan	43
2.6. Strategi	44
2.6.1. Pengertian Strategi	44
2.6.2. Jenis Strategi	45
2.6.3. Strategi <i>Public Relations</i>	45
BAB III	53
3.1. Paradigma Penelitian	53
3.2. Metode Penelitian	53
3.3. Subjek Penelitian	54
3.4. Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1. Data Primer	56
3.4.2. Data Sekunder	58
3.5. Teknik Analisis Data	58
3.5.1. Reduksi Data	59
3.5.2. Sajian Data	59
3.5.3. Penarikan Kesimpulan	60
3.6. Teknik Keabsahan Data	60
BAB IV	62
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
4.1.1. Sejarah Perusahaan	62
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	68
4.1.3. Logo Perusahaan	70
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	70
4.2. Hasil Penelitian	71
4.3. Pembahasan	95
BAB V	103

5.1. Kesimpulan	103
5.2. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	106
Lampiran 1	109
Lampiran 2	111
Lampiran 3	124
Lampiran 4	138
Lampiran 5	139
Lampiran 6	140
Lampiran 7	141

