



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. SHOPEE
INTERNATIONAL INDONESIA DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF PADA EVENT
GIVEAWAY**

SKRIPSI

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

Millatina Fasya

44219120005

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Millatina Fasya
NIM : 44219120005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations PT. Shopee
International Indonesia dalam
Mempertahankan Citra Positif Pada Event
Giveaway

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya 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, 3 Februari 2024



Millatina Fasya

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Millatina Fasya
NIM : 44219120005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations PT. Shopee
International Indonesia dalam
Mempertahankan Citra Positif Pada Event
Giveaway

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Ketua Penguji : Siti Muslichatul M, M.Ikom ()
NIDN : 0326089202
Penguji Ahli : Riki Arswendi, M.Ikom ()
NIDN : 0316088503

Jakarta, 3 Februari 2024

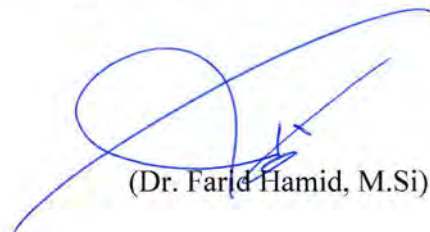
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

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

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

Nama : Millatina Fasya
NIM : 44219120005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations PT. Shopee International Indonesia dalam Mempertahankan Citra Positif Pada Event Giveaway

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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Februari 2024

Yang menyatakan,



(Millatina Fasya)

ABSTRAK

Nama : Millatina Fasya
NIM : 44219120005
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Public Relations PT. Shopee
International Indonesia dalam
Mempertahankan Citra Positif Pada Event
Giveaway
Pembimbing : Dr. Farid Hamid, M.Si

Giveaway adalah salah satu jenis promosi kekinian yang memberikan hadiah dengan beberapa persyaratan tertentu. Persyaratan untuk mengikuti giveaway pun terbilang cukup mudah, biasanya pengikut sosial media hanya perlu mengikuti/follow akun Instagram Shopee, lalu like dan komentar, tidak diperbolehkan spam comment serta diperbolehkan komentar menggunakan akun lain untuk memperbesar kesempatan menang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi PR Shopee dalam mempertahankan citra positifnya pada event giveaway.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis teori yang digunakan yakni Public Relations, Strategi PR yang mencakup *fact finding*, *planning*, *communication*, dan *evaluation*, Peran PR, Konsep PR, Tujuan komunikasi, dan Citra Corporate serta 5 jurnal penelitian terdahulu.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan paradigma konstruktivisme pada metode pendekatan kualitatif dengan penelitian studi kasus. Data yang diperoleh adalah dari hasil wawancara secara mendalam dengan 2 narasumber internal dan 1 narasumber eksternal. Selain itu, data yang didapatkan dari hasil observasi, dokumentasi dan jurnal, serta studi pustaka berdasarkan website shopee.co.id.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee dapat menangani kasus dengan baik yang juga sesuai prosedur dan tim Shopee terus berkomitmen untuk lebih transparansi dengan tujuan membangun kepercayaan pelanggan/konsumen sehingga para pengguna/customer Shopee tetap ingin mengikuti event giveaway. Strategi PR yang dilakukan oleh Shopee mendapatkan solusi agar tetap bisa mempertahankan citra positif yang telah dimiliki oleh Shopee.

Kata Kunci: *Public Relations, Strategi Public Relations, Citra Perusahaan, Giveaway*

ABSTRACT

Name : Millatina Fasya
NIM : 44219120005
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Strategi Public Relations PT. Shopee
International Indonesia dalam
Mempertahankan Citra Positif Pada Event
Giveaway
Counsellor : Dr. Farid Hamid, M.Si

A giveaway is a type of contemporary promotion that provides prizes with certain conditions. The requirements for taking part in the giveaway are quite easy. Usually, social media followers only need to follow the Shopee Instagram account, then like and comment. Spam comments are not allowed, and comments are allowed using other accounts to increase the chance of winning. The purpose of this research is to find out Shopee's PR strategy for maintaining its positive image at giveaway events.

In this research, the theoretical analysis used is Public Relations, PR Strategy which includes fact-finding, planning, communication, and evaluation, Role of PR, PR Concepts, Communication Objectives, and Corporate Image as well as 5 previous research journals.

The method used in this research is a constructivism paradigm in a qualitative approach method with case study research. The data obtained was from in-depth interviews with two internal and one external source. Apart from that, the data was obtained from observations, documentation, and journals, as well as literature studies based on the shopee.co.id website.

The results of this research show that Shopee can handle cases well in accordance with procedures, and the Shopee team continues to be committed to more transparency with the aim of building customer and consumer trust so that Shopee users and customers still want to take part in giveaway events. The PR strategy carried out by Shopee finds a solution so that it can maintain the positive image that Shopee has.

Keywords: *Public Relations, Public Relations Strategy, Corporate Image, Giveaway*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan berkat rahmat dan hidayah-Nya. Dan tidak lupa peneliti panjatkan shalawat beserta salam semoga senantiasa curahkan kepada Nabi Muhammad Shallallaahu 'alaihi wassalam, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umatnya hingga akhir zaman, karena atas karunia yang telah diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Strategi Public Relations PT. Shopee Internasional Indonesia dalam Mempertahankan Citra Positif pada Event Giveaway” tepat pada waktunya. Dimana tugas akhir skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk dapat menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) pada Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

Peneliti sadari, selama penulisan tugas akhir skripsi ini masih belum dapat dikatakan sempurna. Karena itu, kritik dan saran diterima dengan senang hati, serta peneliti juga menyadari bahwa tugas akhir skripsi ini tidak dapat selesai tepat pada waktunya tanpa bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan juga selaku dosen pembimbing tugas akhir peneliti yang senantiasa membimbing dan membantu peneliti menemukan solusi permasalahan dan menambah banyak informasi dalam penulisan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Dr. Irmulansanti Tomohardjo, SH, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

5. Kedua orang tua dan kakak peneliti yang telah memberikan segala cinta dan kasih sayang serta memberikan semangat penuh kepada peneliti. Peneliti tidak akan bisa membalasnya kecuali hanya dengan rasa hormat yang luar biasa serta doa yang tidak akan pernah berhenti.
6. Terima kasih untuk *partner* terbaik saya Septian Andra Saleh yang selalu membantu, menemani, serta memberikan semangat penuh dan mendoakan serta motivasi yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
7. Terima kasih kepada narasumber yang senantiasa membantu dalam penelitian peneliti beserta kepada teman-teman peneliti atas doa yang telah ikut memberikan bantuannya kepada peneliti yang namanya tidak dapat disebut satu persatu.

Akhir kata, peneliti dengan rendah hati memohon maaf sedalam-dalamnya dengan segala kekurangan dari hasil Laporan Skripsi ini, baik dari segi peneliti maupun penyajiannya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya rekan Mahasiswa/i Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Februari 2024

Peneliti,

Millatina Fasya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.2.1 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Pustaka	24
2.2.1 Komunikasi.....	24
2.2.2 Public Relations.....	25
2.2.3 Tujuan Komunikasi	27
2.2.4 Strategi Public Relations	28

A. Pengertian Strategi Public Relations.....	28
B. Fungsi dan Peran Strategi Public Relations.....	30
C. Peran Public Relations	32
D. Proses Strategi Public Relations	34
E. Konsep Program Public Relations	36
F. Aktivitas Public Relations	37
2.2.6 Citra Corporate	40
A. Proses Pembentukan Citra	41
BAB III	44
METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Subjek Penelitian	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1 Data Primer.....	47
3.4.2 Data Sekunder	48
3.4 Teknik Analisis Data	48
3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1 Gambaran Umum PT. Shopee International Indonesia.....	52
4.1.2 Sejarah PT. Shopee International Indonesia.....	55
4.1.3 Struktural Organisasi PT. Shopee International Indonesia.....	58
4.2 Hasil Penelitian.....	63
4.3 Pembahasan	76

BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Akademis.....	82
5.2.2 Saran Praktis	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Laporan Ecommerce in Southeast Asia 2023 dari firma riset Momentum Works.....	2
Gambar 1. 2 Marketplace Top of Mind Awareness.....	4
Gambar 1. 3 Hasil survei Platform <i>E-commerce</i> Pilihan Masyarakat Tahun 2022	5
Gambar 1. 4 Ranking <i>E-commerce</i> Paling Banyak Dikunjungi Sepanjang 2023	6
Gambar 1. 5 Perhitungan Kunjungan Situs Web dan Aplikasi.....	7
Gambar 1. 6 Modus Penipuan yang Mengatasnamakan Shopee Memberikan Undian Hadiah Giveaway.....	11
Gambar 2. 1 Model Pembentukan Citra.....	41
Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data.....	49
Gambar 4. 1 Logo Shopee	55
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Shopee Indonesia.....	60
Gambar 4. 3 Flow Chart Hasil Penelitian	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	18
---	----

