



**PERAN *MEDIA RELATIONS* DALAM MEMBANGUN CITRA
POSITIF PADA PT.MITSUBISHI MOTORS KRAMA YUDHA
INDONESIA CIKARANG DI KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Habby Muhamad Fadilah

44219120073

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

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Habby Muhamad Fadilah

NIM : 44219120073

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Peran Media Relations Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Mitsubishi Motors Krama Yuhda Indonesia Cikarang

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

Karawang, 21 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RUPIAH', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique alphanumeric code '8FA42ALX318541168' is printed at the bottom of the stamp.

(Habby Muhamad Fadilah)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Habby Muhamad Fadilah
NIM : 44219120073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran *Media Relations* Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia Cikarang di Kabupaten Bekasi


Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana


Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr.Irmulansati Tomohardjo,SH.M.Si ()
NIDN : 0330007730
Ketua Penguji : Dr.Ira Purwitasari,M.Ikom ()
NIDN : 0302066903
Penguji Ahli : Dr.Farid Hamid,M.Si ()
NIDN : 0301117301

Jakarta, 21 Agustus 2024

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahiraabil'alamiin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **PERAN MEDIA RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PADA PT. MITSUBISHI MOTORS KRAMA YUDHA INDONESIA CIKARANG DI KABUPATEN BEKASI.**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si. selaku dosen pembimbing yang tak pernah lelah mengarahkan dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Ira Purwitasari, M. Ikom selaku ketua sidang yang mengarahkan dan memberi masukan penelitian ini.
3. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Orang tua tercinta Nia Kurniawati yang tak pernah berhenti mendo'akan peneliti dalam setiap langkah yang dijalaninya, dan yang selalu mencurahkan kasih sayang serta dukungan yang tak dapat dibalas dengan apapun. Semoga karya kecil ini dapat membanggakan orang tua. Adik

tercinta, yang selalu memberikan semangat dan saran serta nasihat terbaik selama ini. Semoga karya ini dapat membanggakan kalian.

6. Seluruh informan/ narasumber yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi dan bersedia untuk memberikan data dan informasi serta berbagi pengalaman kepada peneliti.
7. Serta teman-teman *Public Relations* angkatan 2019 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kenangan suka dan dukanya



Karawang, 21 Agustus 2024

(Habby Muhamad Fadilah)

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 : Habby Muhamad Fadilah
NIM : 44219120073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Media Relations Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Mitsubishi Motors Krama Yuhda Indonesia Cikarang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui 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 dibuat dengan sebenarnya.

Karawang, 21 Agustus 2024

(Habby Muhamad Fadilah)

ABSTRAK

Nama : Habby Muhamad Fadilah
NIM : 44219120073
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Peran *Media Relations* Dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia Cikarang di Kabupaten Bekasi
Pembimbing : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Peran *Media Relations* dalam Membangun Citra Positif Pada PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia Cikarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah wawancara. Sedangkan untuk keabsahan data dilakukan dengan triangulasi data dari wawancara mendalam. Sedangkan untuk konsep menggunakan teori citra perusahaan dari Sharon Anastasia.

Media relations adalah upaya strategis yang dilakukan oleh organisasi untuk membangun hubungan yang baik dengan media guna memperoleh liputan yang positif dan mendukung citra perusahaan. Sedangkan, citra positif adalah persepsi atau pandangan baik yang dimiliki publik terhadap suatu individu, organisasi, atau produk berdasarkan reputasi, kualitas, dan tindakan yang dianggap menguntungkan. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 5 narasumber. pengumpulan data dilakukan 3 kegiatan penting diantaranya reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), verifikasi (*verification*). Keabsahan data dapat dicapai dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan teknik triangulasi data

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Melalui komunikasi terbuka dan informasi akurat mengenai kegiatan dan CSR perusahaan; (2) Menangani isu negatif dengan klarifikasi dan informasi cepat untuk melindungi citra perusahaan; (3) Menyoroti inisiatif *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk menunjukkan komitmen sosial dan lingkungan; (4) Menyebarkan berita positif dan prestasi perusahaan untuk meningkatkan profil MMKI; (5) Membangun hubungan baik dengan wartawan dan editor untuk memastikan informasi tersampaikan dengan baik; dan (6) Menyampaikan informasi relevan kepada semua *stakeholder* untuk meningkatkan dukungan dan hubungan positif.

Kata Kunci: *Media Relations*, Citra Positif, PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia

ABSTRACT

Name : Habby Muhamad Fadilah
NIM : 44219120073
Study Program : Communication Studies
Thesis title : The Role of Media Relations in Building a Positive Image at PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia Cikarang in Bekasi Regency
Counsellor : Dr. Irmulansati Tomohardjo, SH. M.Si.

This study was conducted to determine the Role of Media Relations in Building a Positive Image at PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia Cikarang. The type of research used is descriptive with a qualitative approach. The method used is interviews. While for the validity of the data is done by triangulating data from in-depth interviews. While for the concept using the corporate image theory from Sharon Anastasia.

Media relations is a strategic effort made by an organization to build good relationships with the media in order to obtain positive coverage and support the company's image. Meanwhile, a positive image is a perception or good view that the public has of an individual, organization, or product based on reputation, quality, and actions that are considered beneficial. This study used a sample of 5 informants. data collection was carried out in 3 important activities including data reduction, data display, and verification. Data validity can be achieved by using the data collection process with data triangulation techniques.

The results of this study indicate that (1) Through open communication and accurate information regarding the company's activities and CSR; (2) Handling negative issues with clarification and fast information to protect the company's image; (3) Highlighting Corporate Social Responsibility (CSR) initiatives to demonstrate social and environmental commitment; (4) Disseminating positive news and company achievements to enhance MMKI's profile; (5) Building good relationships with journalists and editors to ensure information is delivered well; and (6) Delivering relevant information to all stakeholders to increase support and positive relationships.

Keywords: Media Relations, Positive Image, PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRIH	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJAUN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademik.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 Pengertian Media Relations	13
2.2.2 Fungsi dan Tujuan <i>Media Relations</i>	15
2.2.3 Konsep <i>Public Relations</i>	18
2.2.4 Pembinaan Hubungan dengan Media	19
2.2.5 Kegiatan Media Relations.....	20
2.2.6 Pengertian Citra	24

2.2.7 Indikator Citra Perusahaan.....	25
2.2.8 Kaitan Media Relations dengan Citra Perusahaan.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Paradigma Penelitian	30
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Subjek Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Teknik Analisis Data	36
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	38
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	39
4.1.1 Sejarah Perusahaan	39
4.1.2 Kebijakan Mutu Lingkungan.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 <i>By Serving The Media</i> (Pelayanan Kepada Media)	44
4.2.2 <i>By Establishing A Reputations For Reliability</i> (Menegakkan Reputasi Perusahaan Agar Tetap Dipercaya).....	46
4.2.4 <i>By Cooperations In Providing Material</i> (Kerjasama Dalam Menyediakan Bahan Informasi).....	51
4.2.5 <i>By Providing Verification Facilities</i> (Menyediakan Fasilitas)	54
4.2.6 <i>By Building Personal Relationship With The Media</i> (Membangun Hubungan Secara Personal Dengan Media).....	57
4.3 Pembahasan	60
BAB V.....	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia	3
Gambar 3.1 Teknik Pengumpulan Data	34
Gambar 3.2 Teknik Analisis Model Miles & Hubermen	36
Gambar 4.1 PT Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia	49
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	41



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Curriculum Vitae (CV) Penulis	93
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	95
Lampiran 3 Foto Kegiatan Penelitian	103
Lampiran 4 Permohonan Data Skripsi	104
Lampiran 5 Jawaban Permohonan Data Untuk Skripsi	107

