



**PERAN PUBLIC RELATIONS PT. PLN ICON PLUS DALAM  
MEMBENTUK CITRA PRODUK DAN CITRA LAYANAN  
INTERNET CEPAT**

**SKRIPSI**

**NURHIKMAH**

**44221110001**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurhikmah

NIM : 44221110001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Peran Public Relations PT. PLN Icon Plus dalam Membentuk Citra Produk dan Citra Layanan Internet Cepat.

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, 17 Juni 2025



Nurhikmah

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nurhikmah  
NIM : 44221110001  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Peran Public Relations PT. PLN Icon Plus dalam Membentuk Citra Produk dan Citra Layanan Internet Cepat.

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: Suryaning Hayati, MM., M.I.Kom

NIDN: 0322088201

Ketua Penguji: Novi Erlita, S.Sos., MA

NIDN: 0309118502

Penguji Ahli: Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom

NIDN: 0726067701

()  
()  
()

MERCU BUANA

Jakarta, 26 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

()

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

()

(Dr. Fard 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 : Nurhikmah  
NIM : 44221110001  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Peran Public Relations dalam Membentuk Citra Produk dan Citra Layanan Internet Cepat.

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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 17 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nurhikmah

## ABSTRAK

**Nama** : Nurhikmah  
**NIM** : 44221110001  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul Skripsi** : *Peran Public Relations dalam Membentuk Citra Produk dan Citra Layanan Internet Cepat*  
**Pembimbing** : Suryaning Hayati, SE, MM, M.I.Kom

PT. PLN Icon Plus merupakan anak perusahaan PLN yang bergerak di bidang teknologi informasi dan komunikasi yang telah meluncurkan produk ICONNET. PT. PLN Icon Plus berharap dengan adanya ICONNET dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan internet yang berkualitas tinggi. Namun, pada kenyataannya ICONNET sering mendapatkan keluhan dari berbagai pelanggan terkait kualitas layanan yang belum dapat optimal salah satunya adalah masalah proses *refund* yang akhirnya berdampak pada citra perusahaan. Dalam permasalahan tersebut peran *public relations* (PR) menjadi sangat penting, karena *public relations* tidak hanya bertugas untuk membentuk citra suatu perusahaan tetapi juga berperan sebagai penghubung antara perusahaan dengan pihak-pihak eksternal maupun pihak internal lain dalam perusahaan. Maka dari itu, diharapkan dengan adanya *public relations* dalam suatu perusahaan dapat membantu memperlancar jalannya interaksi serta dapat membantu memberikan informasi dari pihak perusahaan kepada pihak eksternal. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui peran *public relations* dalam mengkomunikasikan layanan internet cepat dan membentuk citra PT. PLN Icon Plus. Metode penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan di PT. PLN Icon Plus dengan subjek penelitian yaitu para *public relations* di bidang Komunikasi Korporat dan Tanggung Jawab Sosial, bidang Manajemen Penjualan Retail, dan para konsumen pengguna layanan ICONNET. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. PLN Icon Plus hanya menjalankan tiga peran utama *public relations* dimana peran *expert prescriber* belum dijalankan karena keputusan masih dominan ditentutakn oleh manajemen inti perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh *public relation* PT. PLN Icon Plus dapat meningkatkan tingkat kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap produk ICONNET.

**Kata Kunci:** *public relations*, citra produk, citra layanan

## ABSTRACT

**Nama** : Nurhikmah  
**NIM** : 44221110001  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul Skripsi** : *The Role of Public Relations in Shaping Product Image and the Image of High-Speed Internet Services*  
**Pembimbing** : Suryaning Hayati, SE, MM, M.I.Kom

*PT. PLN Icon Plus is a subsidiary of PLN engaged in information and communication technology that has launched the ICONNET product. PT. PLN Icon Plus hopes that ICONNET can meet the community's needs for high-quality internet services. However, in reality, ICONNET often receives complaints from various customers regarding the quality of service that has not been optimal, one of which is the problem of the refund process which ultimately has an impact on the company's image. In this problem, the role of public relations (PR) is very important, because public relations is not only tasked with shaping the image of a company but also acts as a liaison between the company and external parties and other internal parties in the company. Therefore, it is hoped that the existence of public relations in a company can help smooth the course of interaction and can help provide information from the company to external parties. This research was conducted with the aim of finding out the role of public relations in communicating fast internet services and shaping the image of PT. PLN Icon Plus. This research method is carried out with a qualitative approach with a case study method. This research was carried out at PT. PLN Icon Plus with research subjects are public relations in the field of Corporate Communication and Social Responsibility, Retail Sales Management, and consumers who use ICONNET services. The results of the study show that PT. PLN Icon Plus only carries out three main public relations roles where the role of expert president has not been carried out because decisions are still dominant determined by the company's core management. In addition, this study also shows that the communication strategy implemented by public relations of PT. PLN Icon Plus can increase customer satisfaction and trust in ICONNET products.*

**Keywords:** *public relations, product image, service image*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, atas limpahan rahmat, nikmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul:

### **"Peran Public Relations PT. PLN Icon Plus dalam Membentuk Citra Produk dan Citra Layanan Internet Cepat"**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala kemudahan dan kekuatan yang diberikan selama proses studi dan penyusunan skripsi ini.
2. Alm. Muchlis dan Almh. Laila, kedua orang tua tercinta yang telah menjadi inspirasi hidup penulis. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta dan rindu yang mendalam.
3. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan yang berarti hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. PT PLN Icon Plus, khususnya kepada Bidang Komunikasi Korporat dan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan Bapak Yohanes Desmon Rendy Pratama selaku Manager Bidang Komunikasi Korporat dan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan dan Bapak Reza Indrawansyah selaku Communication Officer Bidang Komunikasi Korporat dan Tanggung Jawab Sosial Lingkungan serta Bidang Manajemen Penjualan Retail Bapak Buyan Probo Baskoro selaku Officer Pemasaran Retail dan Bapak Ilham Ghazali selaku Officer Sales Performance dan semua pihak yang terlibat yang telah memberikan kesempatan dan informasi berharga bagi penulis selama proses penelitian.
7. Firdaus Ramdhani, terima kasih atas waktu, bantuan, semangat, dan pemikiran yang telah banyak membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi.

Jakarta, 26 Juni 2025



Nurhikmah

## DAFTAR ISI

|                                                                                                 |             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                                                      | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>                                                   | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                                                 | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS<br/>AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b> | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                             | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                           | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                      | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                          | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                       | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                       | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                                    | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                   | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                                             | 1           |
| 1.2 Fokus Penelitian .....                                                                      | 9           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                                      | 10          |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                                                    | 10          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                                            | <b>12</b>   |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                                                  | 12          |
| 2.2 Kajian Teoritis .....                                                                       | 28          |
| 2.2.1 Excellence Theory of Public Relations.....                                                | 28          |

|                                                    |                                      |           |
|----------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------|
| 2.2.2                                              | Komunikasi Korporat .....            | 30        |
| 2.2.3                                              | Public Relations.....                | 32        |
| 2.2.4                                              | Fungsi Public Relations .....        | 35        |
| 2.2.5                                              | Strategi Public Relations .....      | 36        |
| 2.2.6                                              | Citra .....                          | 38        |
| 2.2.5.1                                            | Citra Produk.....                    | 41        |
| 2.2.5.2                                            | Citra Layanan.....                   | 42        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>         |                                      | <b>45</b> |
| 3.1                                                | Paradigma Penelitian .....           | 45        |
| 3.2                                                | Periodisasi Penelitian.....          | 46        |
| 3.3                                                | Metode Penelitian .....              | 47        |
| 3.4                                                | Subjek Penelitian .....              | 49        |
| 3.5                                                | Teknik Pengumpulan Data.....         | 56        |
| 3.5.1                                              | Data Primer .....                    | 56        |
| 3.5.2                                              | Data Sekunder .....                  | 56        |
| 3.6                                                | Teknik Analisis Data .....           | 57        |
| 3.6.1                                              | Reduksi Data .....                   | 57        |
| 3.6.2                                              | Penyajian Data.....                  | 58        |
| 3.6.3                                              | Penarikan Kesimpulan/Verifikasi..... | 58        |
| 3.7                                                | Teknik Keabsahan Data .....          | 59        |
| 3.7.1                                              | Triangulasi Sumber.....              | 60        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b> |                                      | <b>63</b> |
| 4.1                                                | Gambaran Umum Objek Penelitian.....  | 63        |

|                            |                                            |           |
|----------------------------|--------------------------------------------|-----------|
| 4.1.1                      | Sejarah Perusahaan .....                   | 63        |
| 4.1.2                      | Perkembangan Perusahaan.....               | 64        |
| 4.1.3                      | Visi dan Misi .....                        | 65        |
| 4.1.4                      | Struktur Organisasi PR PLN Icon Plus ..... | 66        |
| 4.2                        | Hasil Penelitian.....                      | 68        |
| 4.2.1                      | Identifikasi Masalah.....                  | 72        |
| 4.3                        | Pembahasan.....                            | 82        |
| <b>BAB V</b>               | <b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>          | <b>88</b> |
| 5.1                        | Kesimpulan.....                            | 88        |
| 5.2                        | Saran .....                                | 90        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> |                                            | <b>92</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>      |                                            | <b>95</b> |



## DAFTAR TABEL

| Nomor     | Judul Tabel                         | Halaman |
|-----------|-------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 | Tabel Penelitian Sebelumnya         | 12      |
| Tabel 4.1 | Tabel Peran <i>Public Relations</i> | 81      |



## DAFTAR GAMBAR

| Nomor      | Judul Gambar                                        | Halaman |
|------------|-----------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1.1 | Ketidakpuasan pelanggan 1 melalui platform TikTok   | 2       |
| Gambar 1.2 | Ketidakpuasan pelanggan 2 melalui platform TikTok   | 3       |
| Gambar 1.3 | Ketidakpuasan pelanggan 3 melalui platform TikTok   | 4       |
| Gambar 1.4 | Ketidakpuasan pelanggan 4 melalui platform TikTok   | 5       |
| Gambar 1.5 | Ketidakpuasan pelanggan 5 melalui platform TikTok   | 6       |
| Gambar 2.1 | Model Pembentukan Citra                             | 40      |
| Gambar 4.1 | Pemberitahuan penting metode pembayaran             | 74      |
| Gambar 4.2 | Pemberitahuan mengatasi permasalahan <i>website</i> | 77      |
| Gambar 4.3 | Pemasaran aplikasi MyIcon+                          | 81      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor      | Judul Lampiran                                  | Halaman |
|------------|-------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1 | Transkrip wawancara Bapak Yohanes               | 95      |
| Lampiran 2 | Transkrip wawancara Bapak Reza                  | 104     |
| Lampiran 3 | Transkrip wawancara Bapak Buyan dan Bapak Ilham | 109     |
| Lampiran 4 | Transkrip wawancara Auxilla Paramita            | 119     |
| Lampiran 5 | Transkrip wawancara Agung Gustiman              | 121     |
| Lampiran 6 | Dokumentasi Wawancara                           | 124     |
| Lampiran 7 | Surat izin penelitian                           | 129     |
| Lampiran 8 | Surat Balasan Izin Penelitian                   | 131     |
| Lampiran 9 | CV                                              | 133     |

