



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PERUSAHAAN PADA INDOMOBIL *FINANCE* JEMBER**

*(Public Relations Strategy To Maintain The Image Of
Company At Indomobil Finance Jember)*

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu
(S1) Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

Vivin Wulandari

070910202107

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda Supari dan Ibunda Susilowati yang telah mengasuh, mendidik, mendoakan dan memberikan kasih sayang serta dorongan semangat untukku agar terus menjadi anak yang lebih baik;
2. Seluruh keluarga besar terutama kakakku Edi Suryanto terima kasih atas perhatian dan dukungannya selama ini;
3. Guru-guru sejak Sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi;
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

Sikap positif akan menghasilkan tindakan yang positif .*)

*) Wasesa dan Macnamara. 2010. Strategi *Public Relations*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vivin Wulandari

NIM : 070910202107

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Pada Indomobil *Finance Jember*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 17 Juni 2011
Yang menyatakan,

Vivin Wulandari
NIM 070910202107

SKRIPSI

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PERUSAHAAN PADA INDOMOBIL *FINANCE* JEMBER**

*(Public Relations Strategy To Maintain The Image Of
Company At Indomobil Finance Jember)*

Oleh

VivinWulandari
NIM 070910202107

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Totok Supriyanto, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Dra. Sri Wahyuni, M.Si.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Pada Indomobil *Finance Jember*)” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : 23 Juni 2011

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Sugeng Iswono, MA

NIP 195402021984031004

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Drs. Totok Supriyanto, M.Si
NIP 1950100419770021001

Drs. Sri Wahyuni, M.Si.
NIP 197909192008122001

Anggota I,

Anggota II,

Ika Sisbintari, S.Sos., M.AB
NIP 197402072005122001

Drs. Suhartono, MP
NIP 196002141988031002

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Strategi *Public Relations* dalam mempertahankan Citra Perusahaan Pada Indomobil Finance Jember; Vivin Wulandari, 070910202107; 2011: 110 halaman; Program Studi Administrasi Niaga; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Indomobil *Finance* Jember merupakan cabang dari PT. Indomobil *Finance* Indonesia (IMFI) yang bergerak dibidang usaha *Consumer Finance, Leasing* dan *Factoring* dengan prioritas pada kendaraan bermotor (mobil dan motor) produk indomobil group. Indomobil *Finance* Jember tidak memiliki divisi khusus untuk *Public Relations* melainkan melekat pada karyawan yang berhubungan langsung dengan khalayak eksternal. Strategi *public relations* dibagi menjadi dua bagian yaitu strategi jangka panjang dan strategi jangka pendek. Strategi yang dilakukan untuk mempertahankan citra perusahaan dimata khalayak eksternal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *public relations* dalam mempertahankan citra perusahaan pada Indomobil *Finance* Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan paradigma kualitatif. Penentuan informan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan *snowball sampling*. Tahap pengumpulan data primer dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan pengumpulan data sekunder dengan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis domain dan taksonomi. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan metode induktif.

Hasil dari penelitian ini yaitu Strategi jangka panjang dan strategi jangka pendek. Strategi jangka panjang yaitu dengan membuat program pendekatan emosional dan program kerjasama dengan dealer. Strategi jangka pendek yaitu dengan membuat program *sharing* promosi dan *gathering* konsumen. Evaluasi strategi melalui tiga tahap yaitu evaluasi tahap persiapan, evaluasi tahap pelaksanaan dan evaluasi tahap dampak. Selama ini strategi yang dilakukan cukup baik dengan dibuktikan banyaknya dealer yang menjadi rekan kerja serta persepsi positif dari konsumen dan sales dealer.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Pada Indomobil *Finance* Jember)” untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Niaga di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik;
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. Totok Supriyanto, M.Si selaku dosen pembimbing utama atas keterlibatan dalam penelitian yaitu memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Dra Sri Wahyuni, M.Si. selaku dosen pembimbing anggota yang juga memberikan pengarahan dalam penelitian dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan pengarahan dan bimbingan selama menjadi mahasiswa;
7. Semua Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam pendidikan dan urusan administrasi selama masa kuliah;
8. Rekan-rekan serta sahabat-sahabatku di Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;

9. Anang Hadi Purwanto selaku kepala cabang Indomobil *Finance* Jember yang telah menerima saya untuk melakukan penelitian pada perusahaan dan memberikan masukan ;

10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR FOTO	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Public Relation</i>	8
2.1.1 <i>Pengertian Public Relations</i>	8
2.1.2 <i>Ruang Lingkup Public Relations</i>	9
2.1.3 <i>Peran Public Relations Perusahaan</i>	12
2.1.4 <i>Fungsi Public Relations</i>	13
2.1.5 <i>Khalayak sasaran Public Relations</i>	15
2.1.6 <i>Komunikasi Public Relations</i>	16
2.1.7 <i>Media Public Relations</i>	19

2.2	Manajemen Strategi	20
	2.2.1 Strategi.....	21
	2.2.2 Strategi <i>Public Relations</i>	23
	2.2.3 Evaluasi dan control	25
2.3	Citra Perusahaan	27
2.5	Strategi <i>Public Relations</i> dalam Mempertahankan Citra Perusahaan	29
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Tipe Penelitian	32
3.2	Tahap Persiapan	33
3.3	Tahap Pengumpulan Data	37
3.4	Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	39
3.5	Tahap Analisis Data	40
3.6	Tahap Interpretasi data	42
3.7	Tahap Penarikan Kesimpulan	42
BAB 4. Hasil dan Interpretasi		
4.1	Hasil	
	4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	44
	4.1.2 Perkembangan IMFI.....	44
	4.1.3 Lokasi Perusahaan.....	46
	4.1.4 Motto.....	46
	4.1.5 Visi dan Misi.....	47
	4.1.6 Struktur Organisasi.....	47
	4.1.7 Aspek Personalia.....	50
	4.1.8 Jumlah Karyawan.....	51
	4.1.9 Jam Kerja Karyawan.....	53
	4.1.10 Produk Indomobil Grup.....	53
	4.1.11 Proses Operasional Kredit.....	55
	4.1.12 Prosedur Penarikan Barang.....	60
	4.1.13 Risiko Kredit.....	63

4.2 Interpretasi	64
4.2.1 Strategi <i>Public Relations</i> dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.....	69
4.2.2 Hambatan Implementasi Strategi <i>Public Relations</i> ...	79
4.2.3 Solusi <i>Public Relations</i> dalam Mempertahankan Citra Perusahaan.....	81
4.2.4 Evaluasi Strategi <i>Public Relations</i>	82
4.2.5 Implementasi Strategi <i>Public Relations</i>	85
BAB 5. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
DAFTAR BACAAN	96
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Nama-nama Dealer sepeda motor.....	3
1.2 Daftar produk dan nama dealer rekanan Indomobil <i>Finance Jember</i>	4
2.1 Perbandingan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang	31
3.1 Analisis Domain	41
3.2 Analisis Taksonomi	41
4.1 Perkembangan IMFI	44
4.2 Daftar nama-nama karyawan	51
4.3 Nama-nama AO dan Dealer	51
4.4 Nama-nama <i>Collektor</i> dan area	52
4.5 Daftar nama-nama alat berat dan merek produk.....	54
4.6 Analisis lingkungan internal	73
4.7 Analisis lingkungan eksternal	74
4.8 Analisis SWOT Indomobil <i>Finance Jember</i>	75
4.9 Masalah dan solusi dalam mengatasi masalah.....	81
4.10 Dealer rekanan Indomobil <i>Finance Jember</i>	84
4.11 Matrik analisis domain.....	90
4.12 Matrik analisis taksonomi.....	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses Umpan Balik	18
2.2 Proses Manajemen Strategi	21
4.1 Struktur Organisasi.....	47
4.2 Proses Operasional Kredit.....	55
4.3 Prosedur Penarikan Barang.....	61
4.4 Alur Kelengkapan Surat.....	61
4.5 Penghargaan tahun 2005.....	67
4.6 penghargaan tahun 2006.....	67
4.7 Penghargaan tahun 2009.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pedoman Wawancara	99
Lampiran 2 Hasil wawancara Konsumen.....	100
Lampiran 3 Hasil wawancara Masyarakat.....	102
Lampiran 4 Surat tugas.....	104
Lampiran 5 Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.....	105
Lampiran 6 surat Keterangan Ijin Penelitian.....	106
Lampiran 7 LHS (Laporan Hasil Survey).....	107
Lampiran 8 Formulir Permohonan Kredit.....	108

DAFTAR FOTO

	Halaman
Foto 1.1 Pesta Rakyat.....	109
Foto 1.2 Peluncuran Produk Yamaha.....	109
Foto 1.3 Iklan	110
Foto 1.4 <i>Event</i> dealer.....	110