



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA
SENYUM MEDIA *STATIONERY* JEMBER**

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY TO INCREASE IMAGE OF
COMPANY AT SENYUM MEDIA *STATIONERY* JEMBER***

SKRIPSI

Oleh

**Riza Cipta Anugerah
NIM 070910202103**

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



**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA
SENYUM MEDIA *STATIONERY* JEMBER**

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY TO INCREASE IMAGE OF
COMPANY AT SENYUM MEDIA *STATIONERY* JEMBER***

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)
dan mencapai Gelar Sarjana Sosial

Oleh

**Riza Cipta Anugerah
NIM 070910202103**

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

2011

HALAMAN PERSEMBAHAN

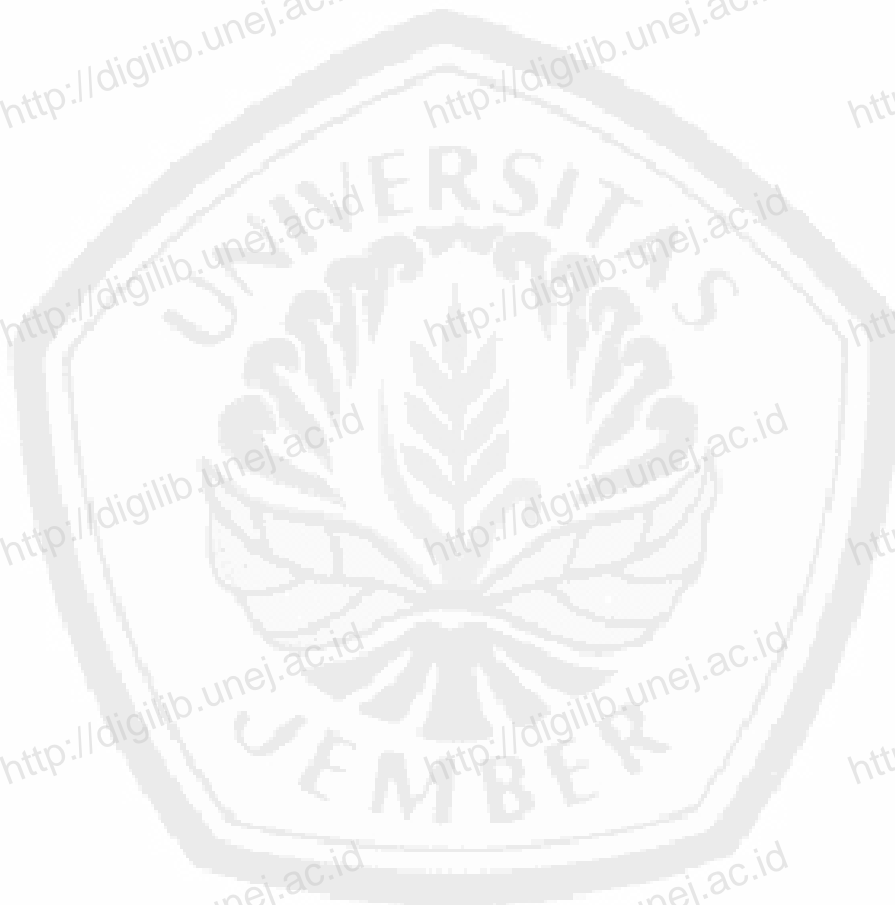
Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua sekaligus guru terbaik dalam hidupku selamanya, Ayahanda Budi Setiyono dan Ibunda Endang Susilowati yang senantiasa menuntun dan mendampingiku dengan kesabaran, perhatian, dan kasih sayangnya.
2. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi.
3. Alamamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang aku banggakan.



MOTTO

“Strategi merupakan suatu cara yang paling tepat untuk
mencapai tujuan dan menghadapi tantangan
yang akan menghambat perusahaan”



*) Ruslan, Rosady, 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*.
Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada: 134

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Riza Cipta Anugerah

NIM : 070910202103

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Strategi *Public Relations* Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Senyum Media *Stationery* Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta 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, 10 Juni 2011

Yang menyatakan,

Riza Cipta Anugerah

NIM 070910202103

SKRIPSI

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM UPAYA
MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PADA
SENYUM MEDIA *STATIONERY* JEMBER**

Oleh

Riza Cipta Anugerah
NIM 070910202103

Pembimbing

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

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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ Strategi *Public Relations* Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Senyum Media *Stationery* Jember” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Kamis, 16 Juni 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Poerwanto, MA
NIP 194907151984031002

Pembimbing Utama,

Pembimbing anggota,

Drs. Totok Supriyanto, M.Si
NIP 195010041977021001

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP 195604091987022001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP 195402021984031004

Drs. Sutrisno, M.Si
NIP 195807051985031002

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi. MA
NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Senyum Media *Stationery* Jember; Riza Cipta Anugerah, 070910202103; 2011: 109 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Niaga; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Senyum media *stationery* Jember merupakan sebuah perusahaan yang menawarkan berbagai macam produk-produk alat tulis dan perlengkapan kantor, komputer, peralatan rumah tangga, kosmetik dan lain sebagainya dengan menerapkan konsep swalayan, grosir dan pesan antar dalam pelayanannya. Senyum media *stationery* Jember tidak memiliki divisi khusus dalam bidang *public relations*, tetapi diwaliki oleh *customer service* dengan menjalankan komunikasi terhadap publik sasaran. Melalui *customer service* senyum media *stationery* Jember menjalankan aktivitas *public relations* untuk membina hubungan baik dengan publik sasaran dalam meningkatkan citra perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi *public relations* dalam upaya meningkatkan citra perusahaan pada senyum media *stationery* Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan paradigma data kualitatif. Tahap analisis data digunakan analisis domain dan taksonomi dengan menggunakan metode *snowball sampling*. Penarikan kesimpulan pada penelitian dilakukan secara induktif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *public relations* dalam upaya meningkatkan citra perusahaan yaitu dengan strategi jangka panjang dan jangka pendek.

Strategi *Public relations* pada Senyum Media *Stationery* Jember dalam upaya meningkatkan citra perusahaan dibagi menjadi 2 bagian yaitu:

1) Strategi *public relations* jangka panjang (Strategi W-T)

Strategi *public relations* jangka panjang ini diorientasikan untuk jangka waktu 5 tahun. Strategi *public relations* jangka panjang Senyum Media *Stationery* meliputi:

a) Pemanfaatan atau penggunaan teknologi

Pada senyum media *stationery* pemanfaatan atau penggunaan teknologi dimaksudkan untuk memberikan kemudahan dalam memberikan pelayanan berbasis teknologi bagi para pelanggan dan konsumennya. contohnya adalah dengan membuat kartu pelanggan (*membercard*)

b) Perluasan struktur bangunan perusahaan

Senyum media *stationery* Jember akan meluaskan dan memperbesar lagi struktur bangunan dalam beberapa tahun kedepan, dengan tujuan memberikan kenyamanan dan keleluasaan kepada konsumen yang berbelanja. Senyum media *stationery* juga akan menggunakan konsep *one stop shopping* pada bangunan baru tersebut dengan membagi menjadi beberapa unit usaha seperti alat tulis, perlengkapan kantor, komputer, alat-alat rumah tangga, produk-produk kosmetik dan lain sebagainya.

2) Strategi *public relations* Jangka Pendek (Strategi SO-WO-ST)

Strategi *public relations* jangka pendek dilaksanakan secara bertahap dan berkelanjutan untuk mendukung rencana strategi jangka panjang perusahaan senyum media *stationery*. Strategi *public relations* jangka pendek ini diorientasikan untuk jangka waktu 1 tahun. Strategi *public relations* jangka pendek senyum media *stationery* meliputi:

a) Senyum media *stationery* Jember terus menghadirkan berbagai macam produk-produk baru yang berkualitas yang akan ditawarkan kepada konsumen untuk meningkatkan citranya

b) Menyampaikan informasi-informasi terkait dengan produk-produk yang ditawarkan kepada khalayak. Informasi ini disampaikan melalui media, baik elektronik maupun cetak yaitu melalui situs internet pada website www.senyummedia.com, radio Prosanila 101.5 FM.

- c) Memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sopan kepada para konsumennya agar merasa nyaman dalam melakukan aktifitas pembelian dengan konsep swalayan, grosir dan pesan antar, sebab apabila pengunjung merasa nyaman maka akan berpikir kembali untuk membeli produk-produk yang ditawarkan oleh senyum media *stationery* Jember.
- d) melakukan pengembangan jaringan yaitu mendirikan toko komputer ELKOM, Acer Point dan juga toko peralatan rumah tangga RINDANG Khatulistiwa.

PRAKATA

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, karena hanya atas hidayah dan kesempatannya-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi *Public Relations* dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Senyum Media *Stationery Jember*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan, petunjuk dan pengarahan dari banyak pihak. Penulis pada kesempatan ini ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Universitas Jember;
3. Drs. Poerwanto, M.A., selaku Ketua Program Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. Suhartono, M.P., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dan membimbing dalam perkuliahan;
5. Drs. Totok Supriyanto, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membantu dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
6. Dra. Sri Wahyuni, M.Si., selaku Dosen pembimbing Anggota yang telah membantu dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
7. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh karyawan akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang telah mengajar, mendidik, dan memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada penulis;

8. Bapak Kholid Ashari selaku Direktur Senyum Media *Stationery* Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta seluruh karyawan Senyum Media *Stationery* Jember yang telah baik, ramah, sopan dan memberikan kemudahan dalam penelitian;
9. Kedua adikku tercinta Faris Dimaswangi dan Panji Trisna yang selalu memberikan semangat dan doa.
10. Seluruh sahabat-sahabat kos d'brantas 45 Ikhwan Gunawan, Heri Setiyawan, Bakti Ari, Ridzcy, Iwan F, Lutfi, Lutfi Pratama, Anang, Bagus, Tantowi dan Pradana yang selalu memberikan dukungan dan doa.
11. Sahabat KKT karang Paiton Mirta, Zee, Inu', Nana, Dwi, Metri, dan Diah yang selalu memberikan motivasi dan doa.
12. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mengharapkan karya tulis ilmiah ini mampu memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan di lingkungan Fakultas Ilmu Soisal dan Ilmu Politik pada umumnya dan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga pada khususnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan.

Jember, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 <i>Public Relations</i>	7
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	8
2.2.2 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	9
2.2.3 Peran <i>Public Relations</i> Perusahaan	11
2.2.4 Khalayak <i>Public Relations</i>	12
2.2.5 Tujuan <i>Public Relations</i>	14

2.2.6	Fungsi <i>Public Relations</i>	15
2.2.7	Komunikasi <i>Public Relations</i>	17
2.3	Strategi	19
2.4	Perencanaan Strategi	20
2.5	Strategi <i>Public Relations</i>	26
2.6	Evaluasi dan Kontrol	29
2.7	Citra Perusahaan	30
2.7.1	Pengertian Citra	30
2.7.2	Macam-macam Citra	31
2.8	Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan	32
2.8	Tinjauan Penelitian Terdahulu	35
BAB 3. METODE PENELITIAN		35
3.1	Tipe Penelitian	35
3.2	Tahap Penelitian	35
3.2.1	Menentukan Lokasi Penelitian	35
3.2.2	Observasi Pendahuluan.....	36
3.2.3	Studi Kepustakaan	36
3.2.4	Menentukan Informan	36
3.3	Tahap Pengumpulan Data	39
3.3.1	Pengumpulan Data Primer.....	39
3.3.2	Pengumpulan Data Sekunder.....	40
3.4	Tahap Analisis Data	40
3.5	Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	45
3.6	Tahap Penarikan Kesimpulan	46
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.1	Sejarah Singkat Senyum Media <i>Stationery</i> Jember ...	47
4.1.2	Visi dan Misi Senyum Media <i>Stationery</i> Jember	51

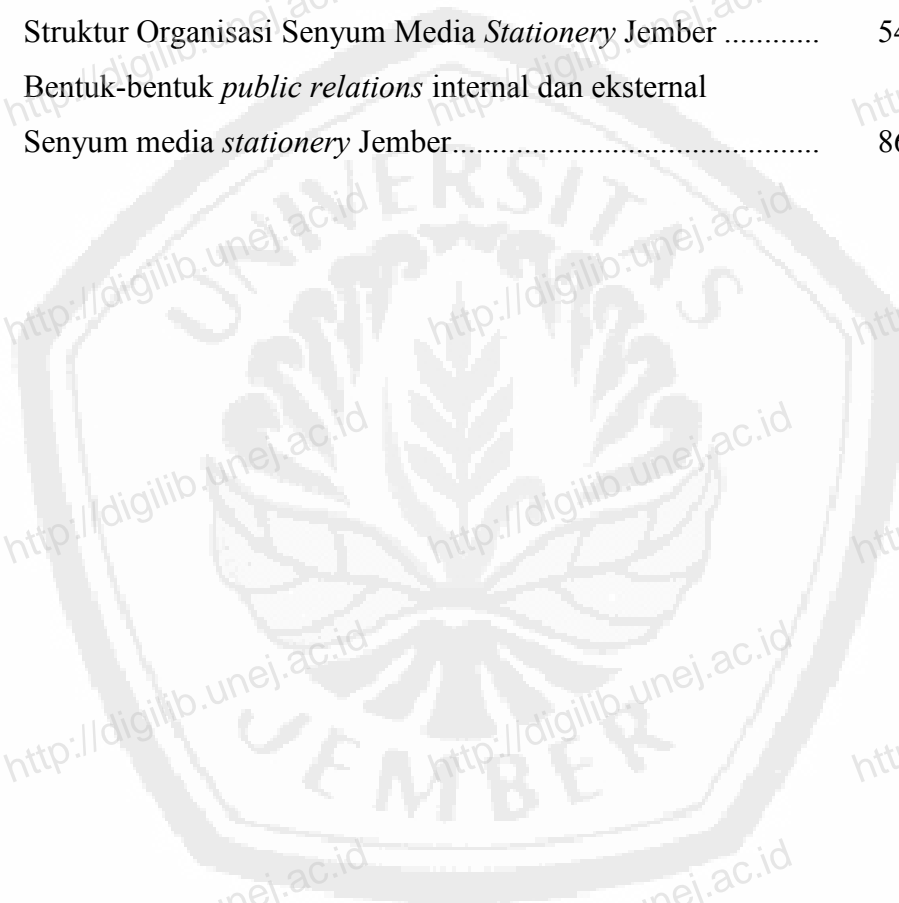
4.1.3	Lokasi Perusahaan	51
4.1.4	Ketenagakerjaan	51
4.1.5	Kentuan Jam Kerja	52
4.1.6	Struktur Organisasi.....	54
4.2	Implementasi Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Penyusunan strategi <i>Public Relations</i> dan Program-Program	57
4.2.2	Analisis SWOT khas <i>Public Relations</i> Faktor Internal dan eksternal.....	61
4.2.3	Aktifitas Peningkatan Citra <i>Public Relations</i> Pada Senyum Media <i>Stationery</i> Jember.....	66
4.2.4	Khalayak Sasaran <i>Public Relations</i> Senyum Media <i>Stationery</i> Jember	67
4.2.5	Citra Perusahaan pada Senyum media <i>Stationery</i> Jember	70
4.3	Matrik Penelitian “Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Senyum Media <i>Stationery</i> Jember”	73
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN	87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran.....	88
DAFTAR BACAAN		90
A.	PEDOMAN WAWANCARA	92
B.	HASIL WAWANCARA	93
C.	SURAT IZIN PENELITIAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Macam-macam produk senyum media <i>stationery</i> Jember	3
2.1	Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.....	36
3.1	Analisis domain strategi <i>public relations</i> dalam upaya meningkatkan citra perusahaan pada Senyum Media Jember	41
3.1	Analisis taksonomi strategi <i>public relations</i> dalam upaya Meningkatkan citra perusahaan pada Senyum Media Jember	42
4.1	Jumlah karyawan senyum media <i>stationery</i> Jember	52
4.2	Nama perusahaan pesaing senyum media <i>stationery</i> Jember	64
4.3	Tabel Analisis SWOT khas <i>public relations</i> faktor internal dan Ekternal senyum media <i>stationery</i> Jember	65
4.4	Matrik Penelitian “ Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Senyum Media <i>Stationery</i> Jember.....	73
4.5	Strategi <i>Public relations</i> yang baik untuk Senyum media <i>stationery</i> Jember dalam meningkatkan citra perusahaan	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Proses manajemen strategi menurut Wheelen dan Hunger	22
2.2 Variabel-variabel lingkungan	24
4.1 Struktur Organisasi Senyum Media <i>Stationery</i> Jember	54
4.2 Bentuk-bentuk <i>public relations</i> internal dan eksternal Senyum media <i>stationery</i> Jember.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A. Pedoman wawancara	92
B. Hasil wawancara	93
C. Surat izin penelitian.....	110
C.1 Surat izin penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember	110
C.2 Surat keterangan penelitian dari Senyum Media <i>Stationery</i> Jember	111

