



**ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT.  
DAYACIPTA KEMASINDO DALAM MEMBANGUN  
CITRA PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh

Intan Oktriawaty

41182037190006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA**

**UNIVERSITAS ISLAM "45"**

**BEKASI**

**2023 M / 1445 H**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 11 Juni 2023



Intan Oktriawaty

41182037190006

## LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis strategi *public relations* PT. Dayacipta  
Kemasindo dalam membangun citra perusahaan

Nama : Intan Oktriawaty

NPM : 41182037190006

Konsentrasi : *Public Relations*

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian skripsi sebagai bagian prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi

Bekasi, 26 Juni 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing Skripsi



Tin Hartini, M.Si

NRP 45.1.01.02.2016.001



Tin Hartini, M.Si

NRP 45.1.01.02.2016.001

## LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI


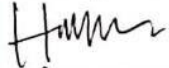
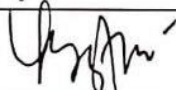
Skripsi yang berjudul Analisis Strategi *Public Relations* PT. Dayacipta Kemasindo Dalam Membangun Citra Perusahaan, telah dipertahankan di hadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 20 Juli 2023  
Waktu : 14.00 – 15.00 WIB

Oleh

Nama : Intan Oktriawaty  
NPM : 41182037190006  
Konsentrasi : *Public Relations*  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

### Dewan Penguji

Ket	Nama	TTD
Ketua Sidang	Winda Primasari, M. Si.	
Penguji 1	Hamludin, M. Si.	
Penguji 2	Tin Hartini, M.Si	

Bekasi, 27 Juli 2023

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Komunikasi  
Sastra dan Bahasa

  
Dr. Nurvadi, M.Hum.

NRP 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Tin Hartini, M.Si

NRP 45.1.01.02.2016.001

## ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi Sastra dan Bahasa  
2023

Intan Oktriawaty/41182037190006

Analisis strategi *public relations* PT. Dayacipta Kemasindo dalam membangun citra perusahaan

Di bawah bimbingan Ibu Tin Hartini, M.Si

Total 86 Halaman Skripsi, 14 Halaman Romawi, 1 Daftar Tabel, 27 Daftar Gambar, dan 2 Lampiran

*Public Relations* (PR) memiliki peran untuk membangun hubungan yang seimbang dan menjalin komunikasi dua arah, yang di dalamnya terdapat *feedback* antara instansi dengan publiknya, baik di dalam dan di luar organisasi yang bertujuan untuk memberikan informasi. Untuk menanggapi isu yang ada di PT. Dayacipta Kemasindo maka perusahaan membutuhkan strategi *Public Relations* dalam membangun citra yang sebelumnya dimiliki. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk membahas mengenai analisa strategi *Public Relations* PT. Dayacipta kemasindo dalam membangun *brand image* atau citra perusahaan. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Strategi *Public Relations* dalam membangun *brand image* di PT. Dayacipta kemasindo dianalisis menggunakan teori *Public Relations* yang dirumuskan oleh *Cutlip-Center-Broom* meliputi Analisis situasi (*defining the problem*), Perencanaan (*planning*), Tindakan/Aksi Komunikasi (*taking action and communicating*), dan Evaluasi (*evaluating the program*). Berdasarkan teori tersebut diperoleh hasil penelitian strategi PR dalam membangun *brand image* di PT. Dayacipta Kemasindo yaitu melalui meningkatkan pelayanan, membangun kerjasama dengan para stakeholder di internal dan pihak eksternal, melakukan sosialisasi secara langsung kepada *customer* dan di internal perusahaan, serta komunikasi tidak langsung melalui sosialisasi di media sosial Instagram serta *website* perusahaan.

Kata Kunci: Analisis humas *Cutlip-Center-Broom*, Citra, dan Strategi *Public Relations*

## **ABSTRACT**

*Universitas Islam 45 Bekasi  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Komunikasi Sastra dan  
Bahasa 2023*

*Intan Oktriawaty/41182037190006*

*Analisis strategi public relations PT. Dayacipta Kemasindo dalam membangun citra perusahaan*

*Di bawah bimbingan Ibu Tin Hartini, M.Si*

*Total 86 Halaman Skripsi, 14 Halaman Romawi, 1 Daftar Tabel, 27 Daftar Gambar, dan 2 Lampiran*

*Public Relations (PR) has a role to build a balanced relationship and establish two-way communication, in which there is feedback between agencies and their publics, both inside and outside the organization that aims to provide information. To respond to issues that exist in PT. Dayacipta Kemasindo, the company needs a Public Relations strategy in building the image it previously had. Therefore researchers are interested in discussing the analysis of the Public Relations strategy of PT. Daya Cipta Kemasindo in building a brand image or corporate image. Researchers used descriptive qualitative research with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Public Relations strategy in building a brand image at PT. Daya Cipta Kemasindo is analyzed using Public Relations theory formulated by Cutlip-Center-Broom including situation analysis (defining the problem), planning (planning), action/action of communication (taking action and communicating), and evaluating (evaluating the program). Based on this theory, the results of PR strategy research in building brand image at PT. Dayacipta Kemasindo, namely through improving services, building collaboration with stakeholders internally and externally, conducting direct socialization to customers and internal companies, as well as indirect communication through socialization on social media Instagram and the company's website.*

*Keywords: Cutlip-Center-Broom public relations analysis, Image, and Public Relations Strategy*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, Pencipta alam segala kehidupan yang memberikan rahmat dan hidayahNya serta kuasanyaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis strategi *public relations* PT. Dayacipta Kemasindo dalam membangun citra perusahaan ”

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Sastra, dan Bahasa. Dalam penelitian ini peneliti mendapat banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang terkait, baik bantuan berupa moral maupun spiritual. Oleh karena itu kepada pihak yang bersedia memberikan bantuan, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta Karunia-Nya dalam menyelesaikan laporan skripsi.
2. Kedua Orangtua, dan Keluarga Besar yang selalu memberikan do'a, semangat, dan dukungan kepada peneliti.
3. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi
4. Ibu Tin Hartini, S.Pd.I., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi dan dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi, terima kasih atas bekal ilmu yang sudah diberikan selama masa perkuliahan dan berguna ketika diaplikasikan ke dunia kerja

6. Semua teman-teman di Ilmu Komunikasi angkatan 2019 Universitas Islam “45” Bekasi yang selalu membantu dan menyemangati dalam setiap kesulitan.
7. Seluruh rekan kerja PT. Dayacipta Kemasindo sebagai keluarga kedua yang telah memberikan berbagai macam dukungan dan doa yang tanpa lelah terus menyemangati peneliti dalam penyelesaian laporan penelitian ini
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, mendapat balasan yang terbaik dari Allah Subhanahu Wa Ta’ala. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan serta kelemahan dalam penyusunan laporan penelitian ini, untuk itu peneliti berharap adanya kritik dan saran yang dapat membangun atas skripsi ini.

Terakhir yang akan peneliti sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai rujukan di masa yang akan datang dan dimengerti oleh pembacanya.  
*Wassalamu’alaikum Wr. Wb.*

Bekasi, 04 Desember 2022

Intan Oktriawaty



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Akademis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu .....	6
2.1.1 Strategi Public Relations Sinar Mas Land dalam membangun brand image perusahaan .....	6
2.1.2 Analisis Strategi <i>Public Relations</i> dalam mempertahankan citra PT. Pos Indonesia (PERSERO) .....	7
2.1.3 Strategi <i>Public Relations</i> PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi <i>Public Relations</i> pada <i>Event</i> Undian IndiHome 2019 Telkom Regional III Jawa Barat) .....	7
2.1.4 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Teori .....	9

2.2.1 Komunikasi .....	9
2.2.2 Manajemen Komunikasi.....	11
2.2.2.1 Pengertian manajemen Komunikasi.....	11
2.2.2.2 Dimensi Manajemen Komunikasi.....	11
2.2.3 Public Relations.....	12
2.2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i> .....	12
2.2.3.2 Tujuan Public Relations .....	13
2.2.3.3 Fungsi Public Relations .....	13
2.2.4 Hubungan <i>public relations</i> dengan internal dan eksternal <i>public relations</i> .....	15
2.2.4.1 Internal public relations.....	15
2.2.4.2 Eksternal <i>public relations</i> .....	18
2.2.5 Citra Perusahaan .....	20
2.2.5.1 Pengertian citra perusahaan.....	20
2.2.5.2 Jenis-jenis citra.....	20
2.2.5.3 Dimensi citra perusahaan .....	21
2.2.5.4 Proses pembentukan citra.....	21
2.2.6 Strategi Public Relations .....	23
2.2.6.1 Pengertian strategi public relations .....	23
2.2.6.2 Proses manajemen strategi .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Unit Analisis .....	27
3.2.1 Key Informan .....	28
3.2.2 Informan .....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.3.1 Data Primer.....	29
3.3.2 Data Sekunder .....	30
3.4 Definisi Konseptual .....	30

3.5 Teknik Analisis Data .....	32
3.6 Keabsahan Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1        Gambaran Umum PT. Dayacipta Kemasindo .....	35
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan PT. Dayacipta Kemasindo.....	35
4.1.2 PT. Dayacipta Kemasindo Plant Cibitung.....	36
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan .....	36
4.1.4 Logo dan Makna Lambang PT. Dayacipta Kemasindo.....	37
4.1.5 Struktur Organisasi PT. Dayacipta Kemasindo Plant Cibitung .....	37
4.2        Profil <i>Informan</i> .....	38
4.3        Hasil Penelitian .....	40
4.3.1 Strategi <i>Public Relations</i> PT Dayacipta Kemasindo dalam membangun citra perusahaan .....	40
4.3.2 Proses Pembentukan Citra di PT. Dayacipta Kemasindo.....	61
4.4        Pembahasan.....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu .....	8
---	---

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model pembentukan citra.....	22
Gambar 2. 2 Empat langkah strategi humas.....	25
Gambar 2. 3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4. 1 Logo PT. Dayacipta Kemasindo .....	37
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Dayacipta Kemasindo Plant Cibitung .....	37
Gambar 4. 3 Amalia Nur A'ini selaku kepala bagian Public Relations.....	39
Gambar 4. 4 Rissa Sunarno (Ica) selaku Purchasing PT. Djayatama Semesta .....	39
Gambar 4. 5 Haris Risnandar selaku staff Public Relations .....	40
Gambar 4. 6 Survei kepuasan pelanggan PT. Sunrise Bumi Textiles .....	42
Gambar 4. 7 Sertifikat FSC.....	43
Gambar 4. 8 Sertifikat penghargaan penanaman pohon di Kawasan lahan kritis. 46	
Gambar 4. 9 Perjanjian kerjasama dengan waste4change .....	48
Gambar 4. 10 Memo undangan untuk divisi marketing.....	51
Gambar 4. 11 Notulen rapat pengenalan program Daur Ulang Selaras.....	52
Gambar 4. 12 Form evaluasi kegiatan.....	53
Gambar 4. 13 Form rekapitulasi visit report .....	53
Gambar 4. 14 proses sosialisasi Program Daur Ulang Selaras .....	55
Gambar 4. 15 Akun Instagram perusahaan @dayaselarasgroup.....	56
Gambar 4. 16 Website company profile perusahaan .....	57
Gambar 4. 17 Survei kepuasan pelanggan .....	59
Gambar 4. 18 Grafik pengelolaan sampah kertas .....	59
Gambar 4. 19 Proses daur ulang sampah kertas.....	60
Gambar 4. 20 Konten edukasi di Instagram perusahaan.....	62
Gambar 4. 21 Komentar positif masyarakat di Instagram Perusahaan .....	63
Gambar 4. 22 Konten kampanye #SayNoToPlastic di Instagram perusahaan.....	63

Gambar 4. 23 Respon masyarakat terhadap citra perusahaan.....	64
Gambar 4. 24 Penghargaan Best Recycling Partner .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Laporan Hasil Wawancara Informan.....	75
Lampiran 2 Laporan Hasil Wawancara Key Informan .....	79
Lampiran 3 Laporan Hasil Wawancara Key Informan .....	82
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara .....	83
Lampiran 5 Lembar Catatan Bimbingan Skripsi .....	84
Lampiran 6 Hasil Cek Turnitin .....	85
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	86