



**ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERBAIKI CITRA
PERUSAHAAN
(STUDI KASUS PT PELABUHAN INDONESIA II PASCA PENETAPAN DIREKUR
SEBAGAI TERSANGKA KORUPSI)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

NAMA : NEISYA HANIFAH

NIM : 1610411203



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Neisya Hanifah
NIM : 161041123
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 16 Juli 2020

Yang Menyatakan



Neisya Hanifah

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh

Nama : Neisya Hanifah
NIM : 1610411203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Public Relations dalam Memperbaiki Citra Perusahaan (Studi Kasus Pasca Penetapan Direktur Utama Sebagai Tersangka Korupsi)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama



Windhi Tia Saputra, M.Si

Pembimbing Pendamping



Ratu Nadya W, S.Ikom, MM

Plh. Ketua Program Studi



Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 16 Juli 2020

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Neisya Hanifah
NRP : 1610411203
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta hak bebas royalti non-eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERBAIKI CITRA PERUSAHAAN (Studi Kasus PT Pelabuhan Indonesia II Pasca Penetapan Direkur Sebagai Tersangka Korupsi)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, atau format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Neisya Hanifah

**Analisis Strategi *Public Relations* dalam Memperbaiki Citra Perusahaan
(Studi Kasus PT Pelabuhan Indonesia II Pasca Penetapan Direkur Sebagai**

Tersangka Korupsi)

Neisya Hanifah

ABSTRAK

Kasus yang menimpa suatu perusahaan dapat memberikan dampak yang tidak bagi suatu perusahaan salah satunya adalah menurunnya citra perusahaan. Seperti yang terjadi pada PT. Pelabuhan Indonesia II dimana direktur utamanya di tetapkan sebagai tersangka korupsi pada tahun 2015. Kasus ini memberikan dampak yang tidak baik bagi perusahaan hingga sekarang. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *public relations* PT. Pelabuhan Indonesia II pasca penetapan direktur utama sebagai tersangka korupsi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *image restoration*. Hasil dari penelitian ini adalah *public relations* PT. Pelabuhan Indonesia II melakukan beberapa strategi untuk memperbaiki citra perusahaan yaitu melalui publikasi, berita, lobi dan negosiasi. Selain itu *public relations* PT. Pelabuhan Indonesia II juga melakukan strategi mengurangi serangan dan tindakan korektif.

Kata kunci: strategi *public relations*, PT. Pelabuhan Indonesia II

**Analysis of Public Relations Strategies in Improving Company Image
(Case Study of PT Pelabuhan Indonesia II After Determination of Director
Direkur as Corruption Suspect)**

Neisya Hanifah

ABSTRACT

A case that happened on a company may have any negative impact on the company, for instance one of the example is the company's image downturn like the one happened on PT. Pelabuhan Indonesia II in which the president director was set as the suspect on a corruption happened in 2015. The case is still making negative impact on the company even until now. That being said, the purpose of this research is to find out the strategy by the public relations of PT. Pelabuhan Indonesia II on the post-case of the settlement as suspect of the president director. This research is conducted in qualitative approach with interviews as the data collecting method. The theory used in this research is the theory of image restoration. The result shows that public relations of PT. Pelabuhan Indonesia II have done several strategies to increase the company's image such as publication, news update, lobbying, and negotiation. In the other hand, public relations of PT. Pelabuhan Indonesia II also executed assault reduction and corrective act strategy.

Keywords: strategy public relations, PT. Pelabuhan Indonesia II

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta segala nikmat yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul “Analisis Strategi *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus PT Pelabuhan Indonesia II Pasca Penetapan Direkur Utama Sebagai Tersangka Korupsi)”

Skripsi ini disusun dengan tujuan mengajukan topik untuk melakukan penelitian skripsi yang juga merupakan syarat melanjutkan penulisan penelitian skripsi. Penulis akan membahas mengenai bagaimana strategi public relation yang dilakukan PT Pelabuhan Indonesia II pasca direktur utama terkena kasus.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Keluarga penulis mama, papa dan kakak yang tidak henti memberikan waktu, pengertian, motivasi serta bantuan material dan moral.
2. Bapak Windhi Tia Saputra, M.Si selaku dosen pembimbing pertama yang telah menyediakan waktu, pengertian, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini
3. Ibu Ratu Nadya W, S.Ikom, MM selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan banyak arahan serta motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Rekan-rekan penulis, Wike, Anin, Teti, Ainun, Zalfa, Wina yang telah memberikan dukungan, semangat dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan

5. Terimakasih juga kepada Harry Styles, Niall Horan, Louis Tomlinson dan Liam Payne terima kasih telah menghibur penulis kapanpun dimanapun, jika bukan karena kehadiran kalian di dunia, penulis akan kesulitan menghadapi semua tantangan dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 24 September 2019

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Neisya Hanifah', with a long horizontal flourish extending from the bottom.

Neisya Hanifah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
Kata Pengantar	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Signifikansi Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Akademis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8

2.2	Konsep Penelitian	12
2.2.1	Strategi <i>Public Relations</i>	12
2.2.2	Citra	16
2.3	Teori penelitian	18
2.4	Kerangka berpikir	20
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.1.1	Data Primer.....	21
3.1.2	Data Sekunder.....	22
3.2	Penentuan <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	23
3.3	Teknik Analisis Data.....	24
3.3.1	Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	24
3.3.2	Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	24
3.3.3	Mengambil Kesimpulan dan <i>Verifikasi</i>	24
3.4	Teknik Keabsahan Data	25
3.5	Waktu dan Lokasi Penelitian	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	28
4.1.1	Profile PT Pelabuhan Indonesia II.....	28
4.1.2	Visi dan Misi PT Pelabuhan Indonesia II.....	29
4.1.3	Logo Perusahaan.....	30
4.1.4	Sruktur Organisasi PT. Pelabuhan Indonesia II.....	31
4.2	Hasil Penelitian	33

4.2.1	Strategi <i>Public Relations</i> PT Pelabuhan Indonesia II.....	33
4.3	Pembahasan.....	55
BAB V	Penutup	63
5.1	Kesimpulan	63
5.2	Saran	65
5.2.1	Saran Akademis.....	65
5.2.2	Saran Praktis	65
Daftar Pustaka		66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Logo PT. Pelabuhan Indonesia II.....	30
Gambar 2	Struktur Organisasi PT.Pelabuhan Indonesia II	32
Gambar 3	Contoh publikasi melalui media online.....	42
Gambar 4	Contoh publikasi melalui media online.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A1 TRANSKIP WAWANCARA HUMAS PT. PELABUHAN INDONESIA II	69
LAMPIRAN A2 TRANSKIP WAWANCARA HUMAS PT. PELABUHAN INDONESIA II	75
Lampiran B Lembar Koding.....	84
Lampiran C Sertifikat.....	99
Lampiran D Turnitin	100
Lampiran E Daftar Riwayat Hidup.....	101