



Judul Skripsi:

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY***

**(Studi Pada Program PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Dalam Membantu
Melawan Covid-19 di Indonesia)**

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

Nama : Fitra Darmawan

NIM : 1610411080



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIKUNIVERSITAS
PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Fitra Darmawan

NIM : 1610411080

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Depok, 10 Mei 2020

Yang menyatakan,



Fitra Darmawan

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Fitra Darmawan

NIM : 1610411080

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Judul Skripsi : **STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM
MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSHANAAN MELALUI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILIY* (Studi Pada Program PT. Tiki Jalur Nugraha
Ekakurir Dalam Membantu Melawan Covid-19 di Indonesia)**

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



(Drs. Aan Setiadarma, M.Si.)

Pembimbing Pendamping



(Uljanatunnisa, S.Sos, M.Si)

Ketua Program Studi



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fitra Darmawan
NIM : 1610411080
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 saya yang berjudul: **STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (Studi Pada Program PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Dalam Membantu Melawan Covid-19 di Indonesia)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 10 Mei 2020



Fitra Darmawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu prasyarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi *Public Relations* dalam meningkatkan peran serta mahasiswa yang berjudul **"STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Pada Program PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Dalam Membantu Melawan Covid-19 di Indonesia)"**

Berbagai hambatan dan kesulitan telah penulis hadapi dengan baik dalam penelitian maupun dalam penyusunan karya tulis ini, namun semuanya dapat penulis lalui berkat dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada :

1. Dr. R. Dudy Heryadi, M.S, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan 'Veteran' Jakarta
2. Maria Febiana Christanti, S.Sos.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan 'Veteran' Jakarta.
3. Drs. Aan Setiadarma, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama, atas bimbingan dan arahannya mulai dari proses perancangan, penelitian hingga terselesaikannya karya tulis ini.
4. Uljanatunnisa, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pendamping, atas bimbingan dan arahannya mulai dari proses perancangan, penelitian hingga terselesaikannya karya tulis ini.

5. Keluarga besar saya yang selalu memberikan *support* dan doa-doanya dengan penuh kasih sayang.
6. PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir yang telah memberikan kesempatan besar untuk bisa melakukan penelitian, serta Pak Wisnu, Bapak Luthfi, Bapak Edo, dan Bapak Syarif yang bersedia menjadi *Key informan* dan *Informan* dalam penelitian saya.
7. Teman-teman saya dalam mengerjakan skripsi, Zikri, Qeis, Asfian, Mufti, Ilham, Yulio, Vito, Dimas, Kautsar dan seluruh teman-teman mahasiswa/i FISIP UPN “Veteran” Jakarta yang sudah menjadi teman dan memberikan dukungan.
8. Serta semua pihak yang tidak disebutkan nama-nya satu persatu.

Demikian ucapan syukur dan ucapan terima kasih untuk dukungan yang telah diberikan. Proposal Skripsi saya dedikasikan untuk semua yang telah berkontribusi membantu saya sehingga karya tulis ini dapat tersusun dengan baik. Akhir kata saya ucapkan, terima kasih yang sebesar-besarnya.

Depok, 10 Mei 2020



Fitra Darmawan

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMPERTAHANKAN
CITRA PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* (Studi Pada Program PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir
Dalam Membantu Melawan Covid-19 di Indonesia)**

Fitra Darmawan

ABSTRAK

Citra Perusahaan melalui CSR (*Corporate Social Responsibility*), bukan hanya kegiatan beramal namun mewajibkan sebuah perusahaan untuk mengambil keputusan dengan betul-betul untuk memperkirakan dampak kepada semua pemilik kepentingan perusahaan terutama lingkungan. Oleh karena itu, disusun strategi PR untuk CSR. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara proses strategi *Public Relations* dan program apa saja yang dilakukan *Public Relations* PT. Tiki JNE dalam mempertahankan citra perusahaan melalui *Corporate Social Responsibility* dalam membantu melawan virus Covid-19 di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan strategi studi kasus untuk dijadikan sebagai strategi penelitiannya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian terdiri dari data primer (wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan) dan sekunder (studi pustaka dan hasil penelitian sebelumnya). Peneliti mencari informasi dengan menentukan satu *key informan* dan tiga informan. Teknik analisis data menggunakan analisis data kualitatif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta kesimpulan dan verifikasi. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* yang dilakukan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir yaitu dengan strategi pendekatan tanggung jawab sosial, melalui kegiatan program *Corporate Social Responsibility* dalam mewujudkan citra perusahaan yang baik di mata masyarakat. Dalam proses praktisi *Public Relations* melalui manajemen strategik dalam menentukan strategi dan tahapan pelaksanaan program yaitu mengidentifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi. Dari proses strategi ini yang dilakukan menghasilkan hasil yang efektif untuk menjalankan program CSR PT. Tiki JNE dalam membantu penanganan wabah covid-19 dan mewujudkan citra perusahaan yang positif.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, *Public Relations*

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN DEFENDING THE IMAGE OF THE
COMPANY THROUGH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
ACTIVITIES (Study in Program PT .Tiki Nugraha Ekakurir in Help Against
Covid-19 in Indonesia)***

Fitra Darmawan

ABSTRACT

Corporate image through CSR (Corporate Social Responsibility), is not only a charitable activity but requires a company to make a real decision to estimate the impact on all stakeholders of the company, especially the environment. Therefore, a PR strategy for CSR is prepared. The purpose of this study is to find out how to process the Public Relations strategy and what programs are carried out by PT. Tiki JNE in maintaining the company's image through Corporate Social Responsibility in helping to fight the Covid-19 virus in Indonesia. This research uses descriptive qualitative research methods. This study uses a case study strategy to serve as its research strategy. Data collected in the study consisted of primary data (interviews, documentation and literature studies) and secondary (literature studies and previous research results). Researchers look for information by determining one key informant and three informants. Data analysis techniques using qualitative data analysis consisting of data collection, data reduction, data presentation and conclusions and verification. The data validity technique uses triangulation techniques. The results showed that the Public Relations strategy undertaken by PT. Tiki Path Nugraha Ekakurir is a strategy of social responsibility approach, through Corporate Social Responsibility program activities in realizing a good corporate image in the eyes of the public. In the process of Public Relations practitioners through strategic management in determining the strategy and stages of program implementation that is identifying problems, planning, implementation, evaluation. From this strategic process carried out to produce effective results to run the CSR program of PT. Tiki JNE in helping to deal with the covid-19 outbreak and creating a positive corporate image.

Keywords: *Corporate Image, Corporate Social Responsibility, Public Relations*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I	1
1.1 Signifikasi Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II	9
2.2 Konsep Penelitian	19
2.2.1 <i>Public Relations</i> (PR)	19
2.2.2 Citra	26
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	29
2.2.4 Manajemen Strategik	31
2.2.5 Kerangka Berpikir	33
BAB III	34
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
3.1.1 Pendekatan Penelitian	34
3.1.2 Jenis Penelitian	34
3.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.2.1 Data Primer	35
3.2.2 Data Sekunder	36
3.3 <i>Key Informan</i> dan Informan	36
3.4 Teknik Analisis Data	38
3.5 Teknik Keabsahan Data	40
3.6 Lokasi Penelitian	40
BAB IV	42

4.1 Deskriptif Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.....	42
4.1.2 Profil Perusahaan	43
4.1.3 Filosofi Logo PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir	43
4.1.4 Filosofi, Visi & Misi PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir	45
4.1.5 <i>Corporate Social Responsibility</i> Yang dijalankan JNE	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i>	48
4.3 Pembahasan	61
4.3.2 Mengidentifikasi Masalah	63
4.3.3 Perencanaan.....	64
4.3.4 Pelaksanaan	64
4.3.5 Evaluasi	65
BAB V	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2. Informan Penelitian.....	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. JNE Mendapatkan Penghargaan CSR oleh Sindo Media 2019.....	2
Gambar 2. Pembagian Sejuta Masker Oleh JNE	3
Gambar 3. JNE Membantu mengirimkan donasi.....	4
Gambar 4. Kerangka Berpikir	33
Gambar 5 Logo PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir.....	43
Gambar 6 Struktur Organisasi PT. Tiki JNE	45
Gambar 7 CSR PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir	47
Gambar 8 Memberikan Donasi Untuk masyarakat Jakarta Melalui Gubernur Jakarta	51
Gambar 9 Promo JNE Pengiriman Alat Medis	52
Gambar 10 Kegiatan CSR di Masyarakat	53