



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**ANALISA PERAN DAN FUNGSI *CORPORATE COMMUNICATIONS* PT CITILINK INDONESIA
DALAM MENGEMBANGKAN CITRA PERUSAHAAN
SEBAGAI INDONESIA *LEADING LOW COST AIRLINE***

SKRIPSI



**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

**Cinthy Tania
11140110036**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Februari 2015

Cinthy Tania

UMMN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

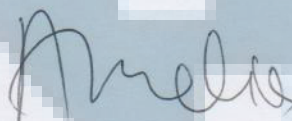
“Analisa Peran dan Fungsi *Corporate Communications* PT Citilink Indonesia dalam Mengembangkan Citra Perusahaan sebagai Indonesia *Leading Low Cost Airline*”

Oleh

Cinthy Tania

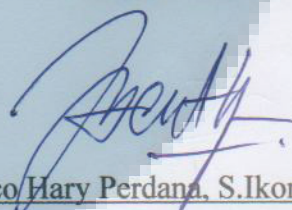
Telah diujikan pada hari Rabu, 11 Februari 2015
pukul 08.30 – 10.00 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si.

Penguji Ahli



Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.

Dosen Pembimbing



Kartika Aryani Harijono, M.I.Kom.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN



Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisa Peran dan Fungsi *Corporate Communications* PT Citilink Indonesia dalam Mengembangkan Citra Sebagai Maskapai Penerbangan *Low Cost Carrier* (LCC)” ini secara tepat waktu.

Selama kurang lebih tiga bulan melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini, tentu terdapat sejumlah hambatan dan tantangan yang harus dihadapi dan dilalui peneliti sehingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti menyadari bahwa berbagai hambatan dan tantangan yang dilalui peneliti pada akhirnya menjadikan peneliti lebih bijaksana baik dalam berpikir, bertindak, serta mengambil keputusan.

Penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tepat waktu tanpa adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kartika Aryani Harijono, M.I.Kom., selaku dosen pembimbing, yang senantiasa memberikan bimbingan, saran, serta dukungan bagi peneliti selama penyusunan skripsi ini.
2. Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan dan arahan untuk semakin menyempurnakan skripsi ini.
3. Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si., selaku penguji sidang, yang telah memberikan masukan dan arahan untuk semakin menyempurnakan skripsi ini.
4. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Benny S. Butarbutar, selaku VP *Corporate Communications* PT Citilink Indonesia, yang telah berkenan menjadi narasumber dalam penelitian, meluangkan waktu untuk berbagi pengetahuan dan pemahaman terkait data yang dibutuhkan peneliti untuk penyusunan skripsi ini, serta senantiasa memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

6. PT Citilink Indonesia, sebagai objek penelitian, yang telah memberikan izin bagi peneliti untuk melakukan penelitian, khususnya kepada Albert Burhan, selaku CEO PT Citilink Indonesia dan Harismawan Wahyuadi, selaku VP *Marketing Communications* PT Citilink Indonesia yang telah berkenan menjadi narasumber dalam penelitian ini untuk berbagi pengetahuan yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini.
7. Thomas Franky, selaku Senior Associate Director Fortune PR, untuk kesediaannya menjadi narasumber ahli, yang telah berkenan meluangkan waktu untuk berdiskusi dan berbagi wawasan yang mendalam kepada peneliti terkait dengan topik penelitian skripsi ini.
8. Mama, Papa, dan Kakak, untuk segala kasih sayang dan pengorbanan, yang tidak pernah berhenti memberikan doa dan dukungan baik secara moral maupun finansial.
9. David Mario dan Dina Sagita, teman seperjuangan yang senantiasa berbagi energi positif dan tidak pernah berhenti memberikan masukan, dukungan, dan motivasi selama pengerjaan skripsi ini.
10. Maria Natasha, Desy Hartini, Felicia Hadisaputro, Jessica Chiu, Cynthia Eka, dan Fifi Kusuma, teman berbagi suka dan duka, untuk saling memberikan masukan dan dukungan di kala masing-masing dari kami menghadapi hambatan dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Michael Aldo, Grescellia, Michael Marcellius, Margaretta Riri, Sintia Astarina, Helena Candy, Sandy Indrawan, Candy Yo, Katherine Setiawan, Angela Titi, teman-teman terkasih yang bersedia membantu dan memberikan semangat selama pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga Tuhan Yang Maha Kuasa berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu peneliti dalam pengerjaan skripsi ini. Peneliti juga berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi bagi pihak lain yang berkepentingan.

Tangerang, 26 Februari 2015

Cinthy Tania

ANALISA PERAN DAN FUNGSI CORPORATE
COMMUNICATIONS CITILINK INDONESIA DALAM
MENGEMBANGKAN CITRA SEBAGAI *INDONESIA LEADING
LOW COST AIRLINE*

ABSTRAK

Oleh : Cinthya Tania

Skripsi ini membahas mengenai peran dan fungsi *Corporate Communications* Citilink Indonesia dalam mengembangkan citra sebagai *Indonesia Leading Low Cost Airline*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya tingkat persaingan bisnis industri penerbangan untuk kelas menengah bawah yang pertumbuhannya paling prospektif. Peran dan fungsi *Corporate Communications* menjadi diperlukan untuk mengembangkan citra perusahaan yang baik sehingga dapat menjadi daya saing di tengah persaingan industri bisnis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai peran dan fungsi *Corporate Communications* Citilink Indonesia untuk mengembangkan citra sebagai *Indonesia Leading Low Cost Airline*. Penelitian ini dikaji dengan menggunakan konsep *public relations*, peran dan fungsi *public relations*, *corporate communications*, peran *corporate communications*, *corporate communications framework*, citra, serta *positioning*.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan studi pustaka. Keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah *Corporate Communications* Citilink Indonesia telah menjalankan empat peran praktisi komunikasi yaitu sebagai *communication technician*, *expert prescriber*, *communication facilitator*, dan *problem solving facilitator*. Sementara itu, *Corporate Communications* Citilink telah menjalankan lima dari sembilan area fungsi *Corporate Communications* yaitu *identity and image*, *issues management*, *media relations*, *internal communications*, dan *corporate advertising*. Peran dan fungsi *Corporate Communications* Citilink dalam mengembangkan citra sebagai *Indonesia Leading Low Cost Airline* tercermin melalui aspek media komunikasi dan peristiwa yang diselenggarakan perusahaan.

Kata kunci: *Citra, Corporate Communications, Indonesia Leading Low Cost Airline, PT Citilink Indonesia.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kerangka Konsep.....	21
2.2.1 Public Relations.....	21
2.2.1.1 Definisi Public Relations.....	21
2.2.1.2 Peran Public Relations.....	25
2.2.1.3 Fungsi Public Relations.....	29
2.2.2 Perkembangan Public Relations Menuju Corporate Communications.....	32
2.2.2.1 Definisi Corporate Communications.....	32

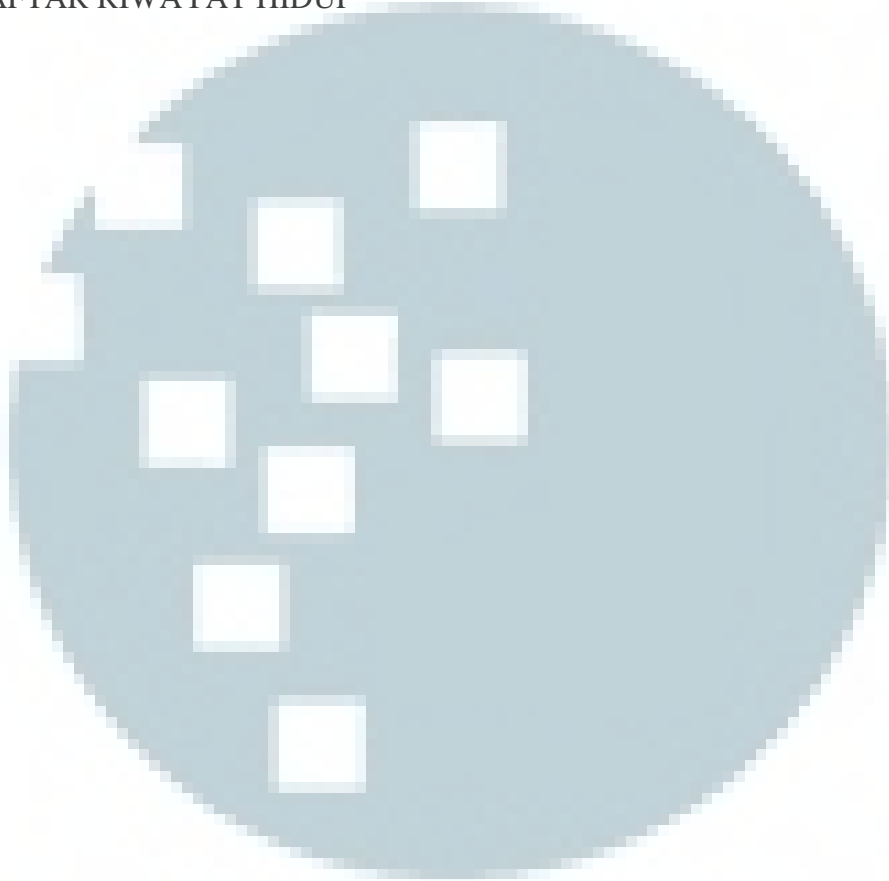
2.2.2.2 Peran Corporate Communications.....	36
2.2.2.3 Area Fungsi Corporate Communications.....	39
2.2.3 Citra.....	48
2.2.4 Segmentation, Targeting, Positioning.....	51
2.2.4.1 Market Segmentation.....	52
2.2.4.2 Market Targeting.....	57
2.2.4.3 Differentiation and Positioning.....	59
2.3 Kerangka Pikir.....	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	64
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	64
3.1.1 Jenis Penelitian.....	64
3.1.2 Sifat Penelitian.....	68
3.2 Metode Penelitian.....	68
3.3 Key Informan dan Informan.....	70
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	74
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	75
3.5 Keabsahan Data.....	75
3.6 Teknik Analisis Data.....	78
3.7 Fokus Penelitian.....	80
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	80
BAB IV PEMBAHASAN.....	81
4.1 Objek Penelitian.....	81
4.1.1 Profil Perusahaan.....	81
4.1.2 Logo Perusahaan.....	84

4.1.3 Visi, Misi, Sasaran, dan Nilai-nilai Perusahaan.....	85
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	86
4.2 Hasil Penelitian.....	88
4.2.1 Positioning Citilink sebagai Maskapai Penerbangan LCC.....	88
4.2.2 Peran dan Fungsi Corporate Communications Citilink.....	95
4.2.3 Citra sebagai Maskapai Penerbangan Low Cost Carrier.....	118
4.3 Pembahasan.....	124
4.3.1 Positioning Perusahaan sebagai Indonesia Leading Low Cost Airline sebagai Strategi Untuk Ekspansi Regional.....	121
4.3.2 Identifikasi Stakeholders PT Citilink Indonesia.....	135
4.3.3 Peran Corporate Communications PT Citilink Indonesia.....	139
4.3.3 Area Fungsi Corporate Communications PT Citilink Indonesia.....	150
4.3.4 Peran dan Fungsi Corporate Communications dalam Mengembangkan Citra sebagai Indonesia Leading Low Cost Airline.....	187
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	198
5.1 Simpulan.....	198
5.2 Saran.....	200
5.2.1 Saran Akademis.....	200
5.2.2 Saran Praktis.....	200

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Skripsi.....	16
Tabel 3.1 Tabel Key Informan dan Informan.....	72
Tabel 4.1 Tabel <i>Stakeholders</i> Perusahaan.....	137



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Designing a Customer-Driven Marketing Strategy.....	51
Gambar 2.2 Bagan Market Targeting Strategies.....	57
Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pemikiran.....	63
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	84
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Citilink.....	87
Gambar 4.3 Surat Pembaca.....	112
Gambar 4.4 Surat Balasan Citilink.....	114
Gambar 4.5 Advertorial Citilink.....	116
Gambar 4.6 Advertorial Citilink.....	117
Gambar 4.7 Skema Grand Roadmap Citilink.....	122
Gambar 4.8 Competitor Framing.....	127
Gambar 4.9 Stakeholder Model of Strategic Management.....	136
Gambar 4.10 Bagan The Position-Importance Matrix.....	157
Gambar 4.11 Bagan The Life Cycle of an Issue.....	159
Gambar 4.12 Logo Citilink.....	188
Gambar 4.13 Livery Pesawat Citilink.....	189
Gambar 4.14 Seragam Pramugari Citilink.....	190