

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT FEDERAL  
INTERNATIONAL FINANCE (FIFGROUP) DALAM  
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN MELALUI  
KEGIATAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***



**Jaslyn Amanda**

**00000027427**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT FEDERAL  
INTERNATIONAL FINANCE (FIFGROUP) DALAM  
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN MELALUI  
KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Jaslyn Amanda**

**00000027427**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jaslyn Amanda

Nomor Induk Mahasiswa 00000027427

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“Strategi *Public Relations* PT Federal International Finance (FIFGROUP) dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan melalui Kegiatan *Corporate Social Responsibility*”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Juni 2022



Jaslyn Amanda

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Strategi *Public Relations* PT Federal International Finance (FIFGROUP) dalam  
Mempertahankan Reputasi Perusahaan melalui Kegiatan *Corporate Social  
Responsibility*”

Oleh

Nama : Jaslyn Amanda  
NIM : 00000027427  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diajukan pada hari Rabu, 22 Juni 2022

Pukul 11.00 s.d 12.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.  
0405099105

Digitally signed by  
Agustinus Rusdianto Berto  
Date: 2022 07-02 15:15:43

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.  
0313088403

Pembimbing

Digitally signed  
by Chininta  
Rizka Angelia  
Date: 2022.07.04  
16:58:55 +07'00'  
Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.  
0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.  
0308117706

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jaslyn Amanda  
NIM 00000027427  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : \*~~Tesis/Skripsi/Tugas Akhir~~ (\*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE (FIFGROUP) DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 29 Juni 2022

Yang menyatakan,



Jaslyn Amanda

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan karya ilmiah ini dengan judul “**Strategi Public Relations PT Federal International Finance (FIFGROUP) dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan melalui Kegiatan Corporate Social Responsibility**” yang ditulis oleh Jaslyn Amanda, yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Banyak dukungan dan bimbingan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak dalam menyusun laporan ini. Atas dukungan dan bimbingan yang diperoleh oleh penulis, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya karya ilmiah ini.
5. Papa, Mama, Kakak, sebagai keluarga dari peneliti yang banyak memberi dukungan kepada peneliti serta mendoakan keberhasilan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti.
6. Edward, sebagai kekasih peneliti yang bersedia mendengar keluh kesah peneliti dan terus memberikan dukungan, semangat serta memberikan saran-saran untuk penulisan karya ilmiah ini.
7. Marcella, Gabriela, Kaylina, selaku sahabat peneliti yang terus memberikan dukungan dan semangat untuk berjuang bersama-sama dalam penulisan karya ilmiah.

Peneliti menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak pada penulisan karya ilmiah ini, akan sangat sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan penulisan karya ilmiah. Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini sehingga peneliti mengharapkan kritik dan masukan yang bersifat membangun baik bagi peneliti dan pembaca. Semoga isi dari karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya untuk mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 17 Juni 2022



Jaslyn Amanda

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT FEDERAL  
INTERNATIONAL FINANCE (FIFGROUP) DALAM  
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN MELALUI  
KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**  
(Jaslyn Amanda)

**ABSTRAK**

Akibat dari pandemi Covid-19, berbagai perusahaan harus melakukan adaptasi terhadap kebiasaan baru tak terkecuali pendekatan *Public Relations* yang dituntut untuk selalu membangun dan mempertahankan citra dan reputasi positif perusahaan yang dinaunginya. Kegiatan *Public Relations* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan bertujuan untuk mempertahankan citra dan reputasi positif perusahaan selama masa pandemi Covid-19, salah satunya adalah melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi *Public Relations* FIFGROUP dalam mempertahankan reputasi perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*. FIFGROUP adalah anak perusahaan dari PT Astra International Tbk yang bergerak di bisnis layanan pembiayaan. Teori dan konsep yang digunakan adalah *Corporate Communication*, *Public Relations*, strategi *Public Relations*, citra, reputasi, dan *Corporate Social Responsibility*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data adalah wawancara mendalam, studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Pattern Matching*. Hasil dari penelitian ini adalah dalam mempertahankan reputasi perusahaan, salah satu strategi *Public Relations* yang digunakan oleh Corporate Communication FIFGROUP adalah melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Dalam tahap perencanaan kegiatan CSR FIFGROUP Peduli, *Corporate Communication* FIFGROUP telah menerapkan konsep strategi PR menurut Cutlip, et. al dalam (Supada, 2020, p. 39), yaitu *defining the problem, planning and programming, taking action and communicating*, dan *evaluating the program*. Faktor paling penting dalam mempertahankan reputasi perusahaan adalah *stakeholders trust* dari kegiatan CSR FIFGROUP Peduli yang dilakukan secara *sustainable*.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility*, *FIFGROUP*, *Reputasi*, *Pandemi Covid-19*, *Strategi Public Relations*

**PUBLIC RELATIONS STRATEGY PT FEDERAL  
INTERNATIONAL FINANCE (FIFGROUP) IN MAINTAINING  
THE COMPANY'S REPUTATION THROUGH CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY ACTIVITIES**

(Jaslyn Amanda)

***ABSTRACT***

As a result of the Covid-19 pandemic, various companies have had to adapt to new habits, including the Public Relations approach, which is required to always build and maintain the image and reputation of the company under which it operates. Public Relations activities carried out by companies aim to maintain the company's image and reputation during the Covid-19 pandemic, one of which is through Corporate Social Responsibility activities. The purpose of this study was to determine the strategy of FIFGROUP's Public Relations in maintaining the company's reputation through Corporate Social Responsibility activities. FIFGROUP is a subsidiary of PT Astra International Tbk which is engaged in the financing service business. The theories and concepts used are Corporate Communication, Public Relations, Public Relations strategy, image, reputation, and Corporate Social Responsibility. This type of research is qualitative with case study method. Data collection techniques are in-depth interviews, literature study and documentation. The data analysis technique used is Pattern Matching. The result of this research is that in maintaining the company's reputation, one of the Public Relations strategies used by FIFGROUP's Corporate Communication is through Corporate Social Responsibility activities. In the planning stage of FIFGROUP Peduli's CSR activities, FIFGROUP's Corporate Communication has implemented the concept of PR strategy according to Cutlip, et. al in (Supada, 2020, p. 39), namely defining the problem, planning and programming, taking action and communicating, and evaluating the program. The most important factor in maintaining the company's reputation is stakeholder trust from the CSR activities of FIFGROUP Peduli which are carried out in a sustainable manner.

***Keywords:*** *Corporate Social Responsibility, Covid-19 Pandemic, FIFGROUP, Public Relations Strategy, Reputation*

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSTUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	10
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	10
BAB II KERANGKA TEORI.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Teori dan Konsep .....	21
2.2.1 Corporate Communication .....	21
2.2.2 Public Relations .....	23
2.2.3 Strategi Public Relations .....	24
2.2.4 Citra.....	28

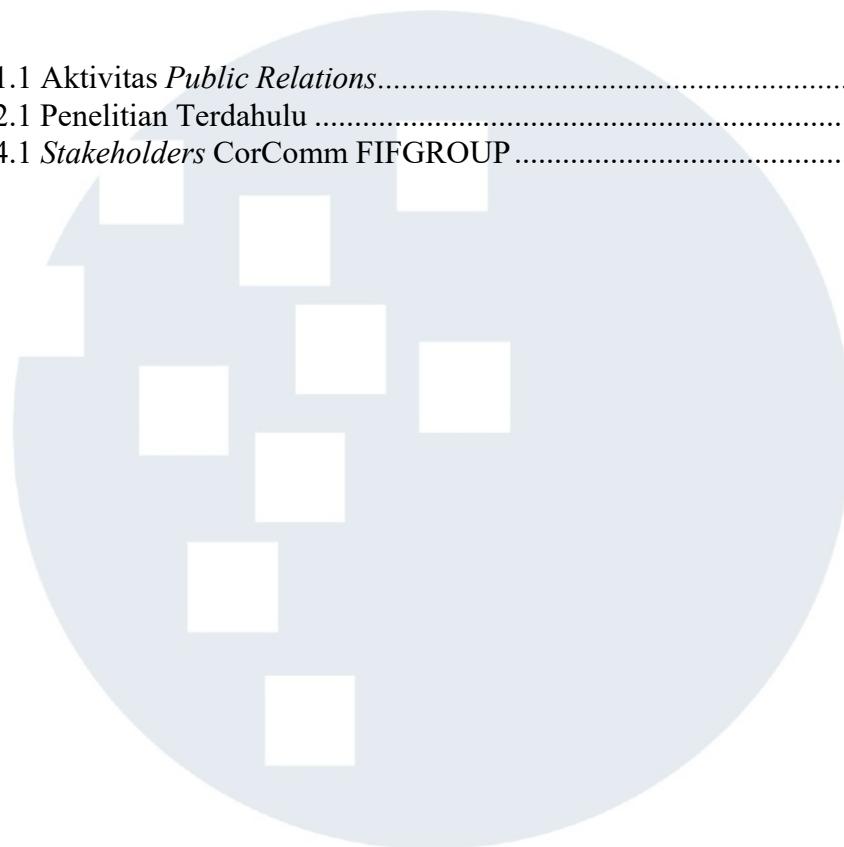
2.2.5 Reputasi.....	30
2.2.6 Corporate Social Responsibility.....	31
2.3 Alur Penelitian .....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	40
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.4 Partisipan.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.6 Keabsahan Data.....	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	46
4.1 Subjek Penelitian.....	46
4.1.1 Visi, Misi, dan Nilai FIFGROUP .....	47
4.1.2 FIFGROUP Communication Management System .....	48
4.1.3 Struktur Organisasi FIFGROUP .....	49
4.1.4 FIFGROUP Peduli .....	49
4.2 Hasil Penelitian .....	51
4.2.1 <i>Defining the Problem</i> .....	51
4.2.2 <i>Planning and Programming</i> .....	62
4.2.3 <i>Taking Action and Communicating</i> .....	64
4.2.4 <i>Evaluating the Program</i> .....	73
4.3 Pembahasan.....	82
4.3.1 Strategi Public Relations .....	82
4.3.1.1 <i>Defining the Problem</i> .....	82
4.3.1.2 <i>Planning and Programming</i> .....	91
4.3.1.3 <i>Taking Action and Communicating</i> .....	94
4.3.1.4 <i>Evaluating the Program</i> .....	113
4.3.2 <i>Outcome</i> Kegiatan CSR FIFGROUP Peduli Terhadap Reputasi FIFGROUP .....	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	124

5.1 SIMPULAN .....	124
5.2 SARAN .....	126
5.2.1 Saran Akademis .....	126
5.2.2 Saran Praktis.....	126
DAFTAR PUSTAKA .....	128
LAMPIRAN.....	133



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 4.1 Stakeholders CorComm FIFGROUP .....	89



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Corporate Communication</i> sebagai Kerangka Kerja terpadu untuk Mengelola Komunikasi .....	22
Gambar 2.2 Empat fase perencanaan strategi <i>Public Relations</i> .....	25
Gambar 2.3 Model <i>Corporate Social Responsibility</i> Carroll (1996) .....	33
Gambar 2.4 Alur Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Logo FIFGROUP .....	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi FIFGROUP .....	49
Gambar 4.3 Kegiatan <i>Stunting</i> di cabang FIFGROUP.....	99
Gambar 4.4 Kegiatan Donor Darah di Head Office FIFGROUP.....	100
Gambar 4.5 Kegiatan Tanam Pohon FIFGROUP .....	101
Gambar 4.6 Kegiatan Beasiswa Ceria FIFGROUP.....	102
Gambar 4.7 Kegiatan Dana Bergulir FIFGROUP.....	103
Gambar 4.8 Website FIFGROUP Berita CSR .....	106
Gambar 4.9 Siaran Pers SWA Online .....	107
Gambar 4.10 Siaran Pers Neraca.....	108
Gambar 4.11 Publikasi Donor Darah Youtube .....	109
Gambar 4.12 Konten <i>Stunting</i> Instagram .....	109
Gambar 4.13 Publikasi Pilar Lingkungan Instagram .....	110
Gambar 4.14 Publikasi Jam Sosial Mengajar Instagram.....	111
Gambar 4.15 Publikasi Pilar Ekonomi Facebook .....	112
Gambar 4.16 LPJ Donor Darah FIFGROUP .....	114
Gambar 4.17 LPJ Jam Sosial Mengajar FIFGROUP .....	115



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN FORMULIR KONSULTASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR .....	133
LAMPIRAN CURRICULUM VITAE PENELITI.....	137
LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA FIFGROUP .....	138
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA 1 .....	148
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA 2 .....	157
LAMPIRAN TRANSKRIP WAWANCARA 3 .....	175
LAMPIRAN <i>OPEN CODING</i> WAWANCARA.....	189
LAMPIRAN <i>AXIAL CODING</i> WAWANCARA .....	232
HASIL TURNITIN .....	258

**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA