

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. PELINDO III DALAM
MENGELOLA *CORPORATE IMAGE* MELALUI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**

**(Studi Kasus Program PELINDO III Dalam Meningkatkan Ekonomi
Kreatif Warga Kampung Binaan Lawas Maspati Surabaya)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Ida Nordiana

NRP. 1423012059

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2016

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. PELINDO III DALAM
MENGELOLA *CORPORATE IMAGE* MELALUI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**

**(Studi Kasus Program PELINDO III Dalam Meningkatkan Ekonomi
Kreatif Warga Kampung Binaan Lawas Maspati Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun oleh :

Ida Nordiana

NRP. 1423012059

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2016

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Ida Nordiana

NRP : 1423012059

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. PELINDO III DALAM
MENGELOLA *CORPORATE IMAGE* MELALUI *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 28 Juni 2016

Penulis



Ida Nordiana

NRP. 1423012059

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. PELINDO III DALAM MENGELOLA *CORPORATE IMAGE* MELALUI *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)

**(Studi Kasus Program PELINDO III Dalam Meningkatkan Ekonomi
Kreatif Warga Kampung Binaan Lawas Maspati Surabaya)**

OLEH :

IDA NORDIANA

NRP. 1423012059

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk
diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan, S.Sos., M.I.Kom (.....)

NIK. 142.10. 0651

Pembimbing II : Dra. Sri Moerdijati, MS. (.....)

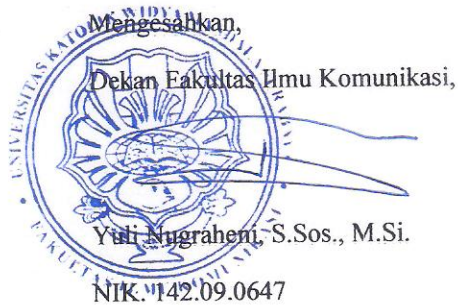
NIK. 142.LB.0852

Surabaya, 3 Juni 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada : 14 Juni 2016



Dosen Penguji

1. Ketua : Anastasia Y.W., S.Sos., M.Med.Kom. ()
NIK 142.09.0634
2. Sekretaris : Dra. Sri Moerdijati, MS. ()
NIK.142.LB.0852
3. Anggota I : Theresia Intan, S.Sos., M.I.Kom ()
NIK.142.10.0651
4. Anggota II : Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom. ()
NIK 142.15.0849

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Ida Nordiana

NRP : 1423012059

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* PT. PELINDO III
DALAM MENGELOLA *CORPORATE IMAGE* MELALUI
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) (Studi Kasus
Program PELINDO III Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif
Warga Kampung Binaan Lawas Maspati Surabaya)**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Juni 2016

Yang Menyatakan,



Ida Nordiana

KATA PERSEMBAHAN

Tantangan baru akan selalu berada di depan mata, kesempatan itu hanya kita sendiri yang harus memutuskannya. Jangan lewatkan sedikitpun kesempatan untuk bisa mengembangkan dirimu. Peneliti sangat bersyukur pada Tuhan YME, berkat perlindungan dan rahmat-Nya barulah peneliti bisa menyelesaikan dan merampungkan skripsi ini dengan baik. Melewati proses yang cukup lama, memberanikan diri mengambil resiko gagal, kecewa, hanya demi memperjuangkan masa studi di bangku perkuliahan demi mencapai keberhasilan yang bisa membahagiakan orang tua tercinta yang selalu memberikan sepenuh cinta dan raganya hanya untuk anak satu-satunya ini. Semoga ini dapat menjadi salah satu wujud terima kasih dan hadiah kecil yang bisa membanggakan mereka.

“Get up today, and say this is going to be a great day. I’m excited about my future, something good is going to happen to me”

Surabaya, 28 Juni 2016

Ida Nordiana

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan pada Tuhan YME, karena rahmat dan perlindungan-Nya barulah hari ini peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Berkat karunia-Nya, peneliti juga dapat merampungkan skripsi yang berjudul “**Strategi Public Relations PT. PELINDO III Dalam Mengelola Corporate Image Melalui Corporate Social Responsibility (CSR)**” Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan skripsi ini berisikan hasil penelitian terhadap strategi PT.PELINDO III Surabaya dalam membangun *corporate image* instansi terhadap masyarakat Surabaya yang dilakukan melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) citra atau reputasi yang baik sangat diperlukan oleh PELINDO III, sehingga banyak kegiatan yang dilakukan oleh PELINDO agar dapat merealisasikan harapan perusahaan terhadap masyarakat Surabaya khususnya.

Terealisasinya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Eko Handojo, sosok yang tetap kuat dan tegar hanya untuk membesarkan putri kecilnya demi mencapai kesuksesan, memperhatikan peneliti setiap waktu dalam hidupnya. Terima kasih pa, semoga ini bisa memberikan kebahagiaan kecil buat papa.
2. Oei Siok Koan, ibu rumah tangga yang luar biasa dan hanya satu-satunya yang ada di dunia ini bagi peneliti. Selalu sabar menghadapi sikap peneliti, mengirimkan doanya untuk peneliti

agar peneliti selalu mendapatkan berkah dan kebahagiaan. Maaf ma, belum bisa membanggakanmu, terima kasih untuk cinta dan kasihmu.

3. Theresia Intan S.Sos., M.I.Kom dan Dra Sri Moerdijati, MS yang selalu sabar menghadapi dan membimbing peneliti. Memberikan motivasi kepada peneliti agar dapat memberikan hasil yang maksimal dan memuaskan. Membagikan ilmunya pada peneliti, sehingga peneliti dapat mendapat banyak masukan baru untuk referensi peneliti dalam penyusunan Tugas Akhir.
4. Anastasia Y.,S.Sos.,M.Med.Kom. dan Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom. sebagai tim penguji dalam pertanggungjawaban Tugas Akhir yang peneliti susun. Terima kasih untuk masukan dan ilmu yang diberikan pada peneliti sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini sehingga menjadi hasil yang maksimal.
5. Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, dan juga selaku pembimbing akademik peneliti yang selalu memberikan perhatiannya bagi proses akademik peneliti agar dapat berjalan dengan baik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Fins Purnama, Maria Yuliasuti, Noveina Dugis, Ignatius Deddy, Nanang Krisdiantoro, serta kepada seluruh dosen luar biasa yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang sudah memberikan saya banyak ilmu dan pengetahuan baru baik di bidang akademik ataupun dalam bidang non akademik sekalipun. Terima kasih untuk segala ilmu yang telah diberikan kepada peneliti selama menempuh studi di Fakultas Ilmu Komunikasi selama 4 tahun ini.

7. Staff Tata Usaha, Agustina Aji, Jati, Ida, Yuliana dan Syella, yang selalu bersedia membantu peneliti mulai dari bantuan surat-menysurat sampai pada memberikan dukungan moriil pada peneliti untuk bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
8. Edi Priyanto, Della Arnela, serta staff *corporate communication* PELINDO III yang menyambut peneliti dengan baik serta bersedia memberikan bantuan pada peneliti baik secara moriil maupun materiil agar dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
9. Dukungan dari fikommers 2012 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang saling memberikan dukungan satu sama lain demi terselesaikannya tahap penyelesaian Tugas Akhir, sukses selalu untuk kita semua.
10. Semua pihak yang telah mendukung peneliti yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas perhatian dan dukungan yang diberikan pada peneliti dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari banyak sekali kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Untuk itu, peneliti mengharapkan pembaca dapat memberikan kritik dan masukkannya untuk peneliti, agar dapat memperbaikinya menjadi lebih baik. Akhir kata, peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi pembaca. Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRAC.....	xvii

BAB I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	18
I.3 Tujuan Penelitian.....	19
I.5 Batasan Masalah.....	19
I.6 Manfaat Penelitian.....	20

BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS

II.1 <i>Corporate Social Responsibility</i> & Ekonomi Kreatif.....	22
--	----

II.2 Keterkaitan <i>Corporate Image</i> dengan CSR.....	25
II.3 Peran <i>Public Relations</i> dalam <i>Corporate Image</i>	29
II.4 Strategi <i>Public Relations</i>	31
II.5 Studi Kasus.....	33

BAB III. METODE PENELITIAN

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
III.2 Metode Penelitian.....	37
III.3 Subjek Penelitian.....	38
III.4 Unit Analisis.....	38
III.5 Teknik Pengumpulan Data	39
III.6 Teknik Analisis Data	40
III.7 Teknik Triangulasi Data.....	43

BAB IV. HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	47
IV.1.1 Profil Perusahaan.....	47
IV.1.2 Visi dan Misi Perusahaan & Visi Misi PKBL	50
IV.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	53
IV.1.4 Logo PELINDO III dan Budaya Perusahaan.....	54
IV.1.5 Kampung Binaan Lawas Maspati Surabaya.....	56
IV.2 Profil Informan.....	60
IV.3 Hasil Temuan Data dan Pembahasan.....	63
IV.3.1 Strategi <i>Public Relations</i> Dalam Mengelola <i>Corporate Image</i> Melalui CSR Kampung Lawas Maspati.....	65

IV.3.1.1 Pengumpulan Fakta sebagai Latar Belakang Pelaksanaan Program CSR.....	67
IV.3.1.1.1 Permasalahan Kampung Lawas Maspati Menjadi Peluang Bagi PELINDO III.....	69
IV.3.1.2 Pengelolaan <i>Corporate Image</i> PELINDO III.....	75
IV.3.1.3 Proses Perencanaan Program Binaan Kampung Lawas Maspati.....	79
IV.3.1.3.1 Tujuan CSR Lawas Maspati.....	79
IV.3.1.3.2 Ekonomi Kreatif sebagai Pilihan PELINDO III.....	82
IV.3.1.4 Pengelolaan <i>Corporate Image</i> Melalui Kegiatan CSR Lawas Maspati.....	85
IV.3.1.4.1 Pelaksanaan CSR Kampung Lawas Maspati	85
IV.3.1.4.2 Pengelolaan Identitas PELINDO pada Kampung Lawas Maspati.....	89
IV.3.1.5 Evaluasi Pengelolaan <i>Corporate Image</i> Melalui Kegiatan CSR di Kampung Lawas Maspati.....	96
IV.3.2 Manajemen Strategis <i>Public Relations</i>	99
IV.3.3 Konsep <i>Triple Bottom Line</i> (3P).....	102
BAB V.KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1 Kesimpulan.....	104
V.2 Saran.....	107
V.2.1. Saran Praktis.....	107
V.2.2. Saran Akademis.....	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pemugaran Makam Mbah Surut.....	8
Gambar I.2 Tampilan Media Komunikasi Kampung Lawas.....	13
Gambar IV.1 Logo PT Pelabuhan Indonesia III (Persero)	54
Gambar IV.2 Piagam Penghargaan Kampung Terinovatif “Surabaya Green And Clean”.....	57
Gambar IV.3 Gapura Kampung Lawas Maspati	58
Gambar IV.4 Aula Kampung Lawas yang Dibangun oleh PELINDO.....	59
Gambar IV.5 Makam Mbah Buyut Surut yang dipugar oleh PELINDO....	59
Gambar IV.6 Koperasi yang Dibentuk oleh PELINDO.....	60
Gambar IV.7 Berita Kampung Lawas yang Tidak Pernah Mendapat Perhatian Pemerintah.....	70
Gambar IV.8 Hasil Kerajinan Tangan Warga Lawas Maspati.....	83
Gambar IV.9 Hasil Produk Makanan dan Minuman Lawas Maspati.....	86
Gambar IV.10 Koperasi Warga Lawas Maspati yang Didirikan PELINDO III.....	87
Gambar IV.11 Stand Promosi Lawas Maspati di Terminal Surya Gapura Nusantara.....	88
Gambar IV.12 Pengelolaan Identitas PJB di Pompa Air Bersih Kawasan Muara Karang.....	92
Gambar IV.13 Logo PELINDO III yang Terdapat Pada Bangunan yang Dipugar di Kampung Lawas Maspati.....	93
Gambar IV.14 Logo PELINDO III yang Dipasang Di Media Komunikasi Kampung Lawas.....	94
Gambar IV.15 Stand Promosi Barang-Barang Produksi Kampung Maspati di Terminal Surya Gapura Nusantara.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Panduan Wawancara	111
Lampiran 2 : Matriks Data.....	131

ABSTRAK

Ida Nordiana. NRP 1423012059. Strategi *Public Relations* PT.PELINDO III Dalam Mengelola *Corporate Image* Melalui *Corporate Social Responsibility*.

Perumusan masalah penelitian ini strategi *Public Relations* PELINDO III dalam mengelola *corporate image* melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*, yang dilakukan melalui peningkatan ekonomi kreatif di Kampung Lawas Maspati Surabaya. Hal ini disebabkan kurang diketahuinya PELINDO III dengan baik oleh masyarakat Surabaya sehingga menyebabkan citra korporat menjadi kurang baik.

Teori utama dalam penelitian ini adalah teori manajemen strategi *Public Relations* didukung dengan teori *corporate image* beserta keterkaitannya melalui CSR. Teori manajemen strategi terdiri dari empat tahapan: pengumpulan fakta, perencanaan dan pemograman, aksi dan komunikasi, serta evaluasi.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi untuk mendapatkan data dari pihak PELINDO III mengenai strategi diterapkan untuk program CSR melalui peningkatan ekonomi kreatif di Kampung Lawas Maspati sehingga dapat mengelola *corporate image*, serta observasi langsung pada realisasi dari implementasi CSR yang dilakukan di Kampung Lawas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan tahapan-tahapan *PUBLIC RELATIONS* dalam pengelolaan *corporate image* yang dilakukan oleh PELINDO III dalam mencapai citra perusahaan yang positif melalui kegiatan pemberdayaan warga pada bidang ekonomi kreatif di Kampung Lawas Maspati.

Kata kunci: Strategi *Public Relations*, *Corporate Image*, Kampung Lawas Maspati, Ekonomi Kreatif.

ABSTRACT

Ida Nordiana. NRP 1423012059 PT PELINDO III Public Relations' Strategy in Managing Corporate Image through Corporate Social Responsibility.

This research touches on PT Pelindo III Public Relations' strategy in managing corporate image through Corporate Social Responsibility, which has been done in Surabaya by improving Kampung Lawas Maspati's creative economy. This is because Surabaya citizens' lack of knowledge about Pelindo III has caused bad corporate image

Main theory in this research is PR strategy management theory, supported by corporate image theory, as well as CSR. strategy managemen includes 4 stages: collecting facts, planning and programming, actions and communication, as well as evaluation

This research uses interview method and observation to collect data from Pelindo III regarding strategy implemented to the CSR program, which is through improving Kampung Lawas Maspati's creative economy to manage corporate image, also through direct observation on the realization of CSR implementation done in Kampung Lawas.

Result of this research shows stages of managing corporate image done by Pelindo III's PR to achieve positive corporate image, through community empowerment activities, in this case, improving creative economy in Kampung Lawas Maspati.

Key word: Public Relations Strategy, *Corporate Image*, Kampung Lawas Maspati, Creative Economy.