

Jurusan Komunikasi dan Multimedia

Skripsi Sarjana Komunikasi

Semester Genap tahun 2011

**ANALISIS PELAKSANAAN PERAN DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS
OLEH DIVISI MARKETING PADA PT. INIXINDO**

Dewi Maharani – 1100057334

Abstrak

TUJUAN PENELITIAN, ialah menganalisa peran dan fungsi *Public Relations* di PT. Inixindo yang dilaksanakan oleh *marketing* karena pada PT. Inixindo tidak memiliki divisi *public relations* yang berdiri sendiri atau independen. Sedangkan diketahui bahwa peran *marketing* dan peran *public relations* berbeda satu sama lain. Hal ini apabila divisi *marketing* yang melaksanakan peran *public relations*, apakah dapat berjalan dengan baik. Selain itu juga untuk mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi *marketing* dalam melaksanakan peran dan fungsi *public relations* di PT. Inixindo dan bagaimana solusi untuk menangani hambatan tersebut.

METODE PENELITIAN yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Melalui kegiatan observasi, penulis juga mencoba untuk mengkaji SWOT. Metode dalam memilih narasumber dengan teknik non probabilitas yakni *sampling purposive (Purposive Sampling)*.

HASIL YANG DICAPAI, yaitu kegiatan sebagai *public relations* yang telah dilaksanakan oleh *marketing* yaitu melakukan hubungan baik dengan vendor. Hal ini dikarenakan Inixindo memiliki hubungan kerjasama dengan vendor IT terkemuka. Selain itu, *marketing* sebagai *public relations* juga menjalin hubungan yang harmonis antara peserta dengan perusahaannya. Hal ini dimaksudkan agar peserta dapat mengingat dan mengikuti *training* kembali. Sehingga dapat dikatakan bahwa peran *public relations* di Inixindo lebih condong kepada menanamkan *good image* kepada masyarakat luas. Sedangkan fungsi *public relations* di Inixindo adalah membangun citra perusahaan, agar lebih dikenal di kalangan masyarakat luas yang nantinya juga akan membuka pangsa pasar baru.

SIMPULAN, penulis melihat kasus dimana *public relations* lebih terfokus pada publik eksternalnya sehingga menimbulkan hambatan dalam komunikasi internal. Hal ini dikarenakan banyaknya fokus pekerjaan yang dilakukan oleh *marketing*.

Kata kunci

Peran dan fungsi *Public relations, Public Relations, Marketing.*