



STRATEGI PUBLIC RELATIONS KOPERASI SYARIAH PT ASTRA HONDA MOTOR

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam
Bidang Ilmu Komunikasi

Oleh :

ISAN SURENTU

NPM: 41182037170076

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA
UNIVERSITAS ISLAM “45”
BEKASI
2022 M/1443 H**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 19 Juli 2022



Isan Surentu

41182037170076

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Public Relations Koperasi Syariah PT Astra Honda Motor

Nama : Isan Surentu

NPM : 41182037170076

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Komunikasi, Sastra dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapatkan persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang Skripsi sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 19 Juli 2022

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Menyetujui,
Dosen Pembimbing




Eni Hartini, M.Si
NRP : 45.1.01.02.2016.001


Siti Khadijah, M.Si
NRP : 45.1.01.02.2016.004

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

Strategi Public Relations Koperasi Syariah PT Astra Honda Motor.

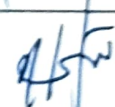
Telah dipertahankan dihadapan sidang dewan penguji skripsi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 28 Juli 2022
Waktu : 14.00 – 15.00 WIB

Oleh

Nama : Isan Surentu
Npm : 41182037170076
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang	Saepudin, M. Soc., Sc.	
Penguji 1	Hamludin, M. Si.	
Penguji 2	Siti Khadijah, M. Si.	

Bekasi, 28 Juli 2022

Mengesahkan,
Dekan Fakultas komunikasi,
Sastra dan bahasa



Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom.
NRP : 45.1.03.12.2012.029

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Tin Hartini, M.Si
NRP : 45.1.01.02.2016.001

ABSTRAK

Universitas Islam “45” Bekasi
Pogram Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa
2022

Isan Surentu/41182037170076

Strategi *Public Relations* Koperasi Syariah PT Astra Honda Motor

Dibawah bimbingan Ibu Siti Khadijah, M. Si.

Total 60 Halaman dan 11 Halaman Romawi, 10 Daftar Gambar, 2 Daftar Tabel,
dan 8 Lembar Lampiran

Koperasi Syariah PT Astra Honda Motor termasuk lembaga baru yang secara tidak langsung bersaing dengan Koperasi Konvensional yang sudah lama dikenal oleh karyawan. Reputasi Koperasi Syariah AHM adalah sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang penyediaan barang dan jasa untuk kebutuhan karyawan AHM, dengan metode transaksi jual beli sesuai prinsip syariah. Citra positif sangat berpengaruh untuk perkembangan bisnis yang dijalankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Public Relations* yang dilakukan Koperasi Syariah, dalam mempersuasi karyawan PT Astra Honda Motor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tahapan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian yang dilakukan dari tujuh strategi *public relations* yang diteliti (*publications, event, news, community involment, corporate identity, lobbying and negotiations, social responbility*) Koperasi Syariah menjalankannya dengan cukup baik, namun ada dua strategi yang belum bisa dijalankan dengan baik yaitu *event & sosial responsibility*. Hal itu dikarenakan kedua strategi tersebut terhambat beberapa kendala seperti SDM dan waktu.

Kata Kunci : Koperasi Syariah, *Public Relations*, Strategi.

ABSTRACT

Universitas Islam “45” Bekasi
Study of Communication Science,
Programme
Faculty of Communications, Literature
and Language 2022

Isan Surentu/41182037170076

Strategi Public Relations Koperasi Syariah PT Astra Honda Motor

Under the guidance of Mrs. Siti Khadijah, M. Si.

A total of 60 pages and 11 roman pages, 10 list of pictures, 2 of Table and 8 Attachment Sheets.

The Sharia Cooperative PT Astra Honda Motor is a new institution that indirectly competes with Conventional Cooperatives that have been known to employees for a long time. The reputation of the Sharia Cooperative AHM is as a financial institution engaged in the provision of goods and services for the needs of AHM employees, using the method of buying and selling transactions according to sharia principles. A positive image is very influential for the development of the business being run. This study aims to determine the Public Relations strategy carried out by Sharia Cooperatives in persuading PT Astra Honda Motor employees. This study uses a qualitative descriptive method with the stages of observation, interviews, and documentation. The results of the research conducted from the seven researched public relations strategies (publications, events, news, community involvement, corporate identity, lobbying and negotiations, social responsibility). & social responsibility. This is because the two strategies are hampered by several obstacles such as human resources and time.

Keywords: *Sharia Cooperative, Public Relations, Strategy.*

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini yang berjudul “ *Strategi Public Relations Koperasi Syariah PT Astra Honda Motor*”.

Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa/i untuk memperoleh gelar Strata-1 Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Budaya di Universitas Islam “45” Bekasi. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bimbingan dan pengarahan serta bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Karunia, serta Ridho-Nya kepada penulis dan kita semua.
2. Yudha Asmara Dwi Aksa, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Tin Hartini, M.Si., Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Siti Khadijah, M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang penuh kesabaran memberikan bimbingan, memberikan masukan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi penelitian.
5. Muhamad Dadan Purnama, selaku ketua pengurus Koperasi Syariah PT Astra Honda Motor.
6. Kedua orangtua, terima kasih atas doa dan dukungannya baik secara moril dan materiil.
7. Istriku (Yuni Apriani), terima kasih atas dukungannya karena selalu memberikan motivasi
8. Seluruh Dosen dan staf di Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian.

Bekasi, 19 Juli 2022

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINILITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu	5
2.1.1 Skripsi Penelitian Zuzanna Oktaviani Bussert (2014) “Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Hotel Horison Bekasi”.	5
2.1.2 Skripsi Penelitian Siti Humairah (2019) “Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Bengkulu)”	6
2.1.3 Skripsi Penelitian Frans Surya (2015) “Strategi Humas Dalam Mempertahankan Citra Pemerintahan Kota Tangerang Sebagai Kota Peraih Adipura”.	7
2.2 Kerangka Teori	10
2.2.1 Pengertian Koperasi Syariah	10
2.2.2 Karakteristik Dan Prinsip - Prinsip Koperasi Syariah	12

2.2.3 Tujuan Pendirian Koperasi Syariah.....	14
2.2.4 Ciri - Ciri Koperasi Syariah	15
2.2.5 Pengertian Strategi.....	15
2.2.6 Pengertian <i>Public Relations</i>	18
2.2.7 Fungsi Dan Tugas <i>Public Relations</i>	19
2.2.8 Strategi <i>Public Relations</i>	21
2.2.9 Jenis – Jenis Strategi <i>Public Relations</i>	24
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Unit Analisis	27
3.2.1 Key Informan	27
3.2.2 Informan.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.3.1 Observasi.....	28
3.3.2 Wawancara Mendalam	29
3.3.3 Dokumentasi	29
3.4 Definisi Konseptual.....	29
3.4.1 Strategi.....	30
3.4.2 Strategi <i>Public Relations</i>	30
3.4.3 Koperasi Syariah	30
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.5.1 Reduksi Data	31
3.5.2 Penyajian Data.....	31
3.5.3 Verifikasi Atau Penyimpulan Data.....	31
3.6 Keabsahan Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Sejarah Berdirinya Koperasi Syariah Karyawan PT Astra Honda Motor ...	33
4.1.1 Visi Dan Misi	34
4.1.2 Struktur Organisasi.....	34
4.1.3 <i>Job Descriptions</i>	35

4.1.4 Lini Bisnis Koperasi Syariah Karyawan PT Astra Honda Motor	35
4.2 Hasil Penelitian	36
4.2.1 <i>Publications</i> (Publikasi).....	37
4.2.2 <i>Event</i> (Acara)	48
4.2.3 <i>News</i> (Berita).....	50
4.2.4 <i>Corporate Identity</i> (Identitas Lembaga / Perusahaan).....	51
4.2.5 <i>Lobbying And Negotiation</i> (Negosiasi Dan Teknik Lobi)	53
4.2.6 <i>Comunity Involvement</i> (Hubungan Dengan Khalayak)	53
4.2.7 <i>Social Responsibility</i> (Tanggng Jawab Sosial)	54
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2. 2 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan penulis	10

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4. 1 Logo Koperasi Syariah Karyawan AHM.....	34
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Koperasi Syariah Karyawan AHM.....	35
Gambar 4. 3 Kalender Tahunan Koperasi Syariah Karyawan AHM	43
Gambar 4. 4 Aplikasi Android & IOS Kopsyar Karyawan AHM.....	44
Gambar 4. 5 Whats App Grup Chat Kopsyar Karyawan AHM.....	46
Gambar 4. 6 Instagram Kopsyar Karyawan AHM	47
Gambar 4. 7 Facebook Kopsyar Karyawan AHM.....	47
Gambar 4. 8 Website Kopsyar Karyawan AHM.....	48
Gambar 4. 9 Logo Konsultan ETA (Erwandi Tarmizi & Associates).....	51