

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas akhir dengan judul “STRATEGI EKSTERNAL PUBLIC RELATIONS PT. TODACHI INDONESIA DALAM MEMPERTAHANKAN REPUTASI POSITIF SEBAGAI PENGGANTI PRODUK KOMPOR HITACHI” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas pelita Harapan, Karawaci.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat terselesaikan pada waktunya. Oleh karena itu, Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Bapak Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Ibu Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
- 3) Ibu Julia, S.Sos, MA, selaku Koordinator Tugas Akhir Ilmu Komunikasi.
- 4) Bapak Prof. Dr. Paulus Tangdilintin selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada Peneliti.
- 5) Ibu Dra. Desideria Lumongga, M.Si., selaku Penasehat Akademik Peneliti.

- 6) Bapak Drs. L. Y. Joko Suratmo, M.S., selaku dosen yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan kepada Peneliti.
- 7) Semua dosen yang telah mengajar Peneliti selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan dan Staf Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu Peneliti dalam kegiatan administratif.
- 8) Staf Karyawan perpustakaan yang telah membantuk Peneliti hingga lulus kuliah.
- 9) Ibu Lianne, Ibu Sherly, dan Ibu Adele selaku marketing PT. Todachi Indonesia yang telah memberikan informasi untuk mendukung penelitian peneliti
- 10) Papa, Mama, Kakak dan Adik serta Ferry yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang.
- 11) Teman-teman akrab, Sofia, Fransiska, dan Devita yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada Peneliti.
- 12) Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Peneliti. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 29 Juli 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1	L
atar Belakang Masalah.....	1
1.2	I
identifikasi Masalah.....	4
1.3	R
umusan Masalah	5
1.4	T
ujuan Penelitian	5
1.5	K
egunaan Penelitian.....	6
1.6	S
istematika Penulisan	7
BAB II OBJEK PENELITIAN	
2.1	D
eskripsi PT. Todachi Indonesia	9

2.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	10
2.1.2	Lokasi.....	11
2.2	S
	struktur Organisasi.....	12
2.3	P
	roduk yang Ditawarkan.....	13
2.4	A
	ktivitas PT. Todachi Indonesia.....	14
2.5	S
	<i>WOT Analysis</i>	15
2.5.1	<i>Strength</i>	16
2.5.2	<i>Weakness</i>	16
2.5.3	<i>Opportunities</i>	17
2.5.4	<i>Threat</i>	18
2.6	L
	ogo dan <i>Tagline</i> PT. Todachi Indonesia.....	18

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1.	D
	efinisi Komunikasi.....	19
3.2.	M
	odel Komunikasi.....	20
3.2.1	Model Satu Arah.....	21
3.2.2	Model Dua Arah.....	22
3.2.3	<i>Transactional Model</i>	23
3.3.	P
	engertian <i>Public Relations</i>	24
3.3.1	Fungsi <i>Public Relations</i>	26
3.3.2	Lembaga <i>Public Relations</i>	28
3.3.3	Publik dalam <i>Public Relations</i>	29

3.4.	S
strategi Eksternal <i>Public Relations</i>	30	
3.5.	H
ubungan dengan Konsumen.....	31	
3.6.	M
erek (<i>Brand</i>).....	33	
3.7.	R
eputasi	34	
3.8.	K
erangka Pemikiran	36	

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

4.1.	M
etode Penelitian	40	
4.2.	P
endekatan Penelitian.....	42	
4.3.	S
umber Data	43	
4.3.1 Data Primer	43	
4.3.2 Data Sekunder	45	
4.4.	T
eknik Pengumpulan Data	45	
4.4.1 Data Primer	46	
4.4.2 Data Sekunder	48	
4.5.	U
nit Analisis	48	
4.6.	K
eabsahan Data.....	49	
4.7.	R
encana Analisis Data	53	

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1.	H
hasil Penelitian.....	55
5.1.1 Lembaga <i>Public Relations</i>	56
5.1.2 <i>Consumen</i> sebagai Publik Eksternal.....	57
5.1.3 Strategi Eksternal <i>Public Relations</i> PT. Todachi Indonesia dalam mempertahankan reputasi positif sebagai pengganti produk kompor Hitachi.....	58
5.1.4 Hubungan dengan Pemakai (<i>Consumer Relations</i>).....	68
5.1.5 Reputasi	71
5.2.	P
embahasan	72
5.2.1 Lembaga <i>Public Relations</i>	72
5.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	74
5.2.3 Strategi Eksternal <i>Public Relations</i> PT. Todachi Indonesia dalam mempertahankan reputasi positif sebagai pengganti produk kompor Hitachi	80
5.2.4 Keabsahan Data	85
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1.	K
esimpulan.....	88
6.2.	K
eterbatasan Penelitian	91
6.3.	S
aran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN		
CURRICULUM VITAE		

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Top Brand Award 2011
- Gambar 1.2 Recap Penjualan PT. Todachi Indonesia
- Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Todachi Indonesia
- Gambar 2.2 Logo PT. Todachi Indonesia
- Gambar 3.1 Model Komunikasi Linear
- Gambar 3.2 Model Komunikasi Interaktif
- Gambar 3.3 Model Komunikasi Transaksional
- Gambar 4.1 Tipe Dasar Design Studi Kasus



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Surat Izin Penelitian ke PT. Todachi Indonesia	A-1
Surat Persetujuan Melakukan Penelitian ke PT. Todachi Indonesia.....	A-2
Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	A-3

LAMPIRAN B

Piagam Rekor MURI PT. Todachi Indonesia	B-1
Jenis dan Spesifikasi Produk PT. Todachi Indonesia.....	B-2

LAMPIRAN C

Transkrip Wawancara dengan <i>Key Informant</i>	C-1
Transkrip Wawancara dengan <i>Informant</i> pertama	C-18
Transkrip Wawancara dengan <i>Informant</i> kedua	C-22