

**ANALISIS EFEKTIFITAS *PUBLIC RELATION* DALAM PEMASARAN JASA
DI PT ELNUSA TBK**

*The Analysis of the effectiveness of Public Relation in marketing
service PT Elnusa Tbk with using the SWOT method*

KANTI HERDIAN KUSUMA

8223088138



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

ABSTRAK

KANTI HERDIAN KUSUMA, 2012. 8223088138. “Analisa Efektifitas *Public Relation* Dalam Pemasaran Jasa PT Elnusa Tbk Dengan Menggunakan Metode SWOT”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penyusun Karya Ilmiah ini diwajibkan bagi seluruh mahasiswa dan mahasiswi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi, untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya.

Tujuan Penulisan ini adalah untuk mengetahui efektifitas *public relation* dalam pemasaran jasa di PT Elnusa Tbk dengan menggunakan metode SWOT. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan studi lapangan pada PT Elnusa Tbk.

Persaingan dalam bisnis Minyak Bumi dan Gas semakin meningkat. PT Elnusa Tbk selaku perusahaan yang bergerak di bidang ini perlu strategi dalam menentukan pasar dan strategi dalam mencari klien/konsumen. Banyak strategi promosi yang ada, Salah satunya teknik *public relation* perusahaan menggunakan metode ini karena pendekatan secara langsung dirasa cukup efektif dalam menawarkan jasa kepada klien/konsumen bahkan dengan metode ini perusahaan bisa memberikan penawaran dan mendengarkan keinginan klien dalam proyek selanjutnya.

Kata Kunci : *public relation*, metode, jasa.

ABSTRACT

KANTI HERDIAN KUSUMA, 2012. 8223088138. “Analysis the effectiveness of public relation in marketing services PT Elnusa Tbk by using SWOT method”. DIII Study Program in Marketing Management, Majoring of Management, Faculty Economic Universitas Negeri Jakarta

The scientific work is required for all colleges of the DIII faculty of economy majoring marketing management, as one of the requirement for Associate Degree Expert.

The purpose of this scientific work is to determine the effectiveness of public relation in marketing services in PT Elnusa Tbk by using the SWOT method. In conducting this research, the author uses descriptive method. Where in the data collection is through literature, internet, and field studies on PT Elnusa Tbk.

Competition in the petroleum and Gas business is increasing. PT Elnusa Tbk as the company of business petroleum and gas need strategy in determining the market and strategy to find clients/customers. There are many promotional strategies, public relation is one of these techniques. Company use this method because the direct approach is quite effective in offering services to clients/customers and with this method the company can offer and listen to the wishes of the client in the next project.

Key words : *public relation, method, service.*

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

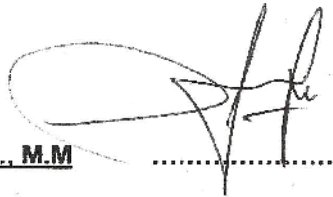
Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Agung Kresnamurti R.P., ST., M.M

NIP.19740416 200604 1001

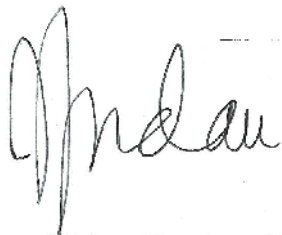


13/08

Jakarta, 16 Juli 2011

Ketua Jurusan Manajemen

Keprodi DIII Manajemen Pemasaran



Agung Wahyu Handaru. S.T., M.M

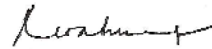
NIP. 19781127 200604 1001



Agung Kresnamurti R.P., S.T., M.M

NIP. 19740416 200604 1001

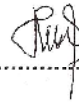
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



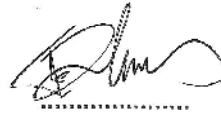
Dra. Hi. Nurahma Hajat, M. Si
NIP. 19531002 198503 2 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji,		

Dra. Sholikha, M.M
NIP. 19620623 199003 2 001



Penguji Ahli
Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si
NIP. 19720617 199903 1 001



Dosen Pembimbing
Agung Kesnamurti RP, ST., MM.
NIP. 19740416 200604 1 001



13/08

v

v

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini walaupun melebihi waktu yang ditentukan. Dimana Karya Ilmiah ini merupakan salah satu syarat kelulusan bagi Program Studi Diploma III, Manajemen Pemasaran, Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini dapat terselesaikan tidak lepas karena penulis selalu disemangati dan dibantu secara moral maupun materil dan didukung secara penuh oleh orang-orang sekitar penulis yang begitu penulis sayang dan cintai, begitupun dengan mereka yang sayang dan cinta kepada penulis untuk secepatnya menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Agung Kresnamurti, R.P, ST., MM. selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah penulis sekaligus ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST., MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Negeri Jakarta.

4. Seluruh Staf dan Dosen Universitas Negeri Jakarta, khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi DIII Pemasaran.
5. Ibu Maryam dan Bapak Sumpeno, kakak dan seluruh keluarga yang tak henti-hentinya memberikan seluruh kebaikan moril maupun materil.
6. Detta Virliana Yoseph, Supriyadi, Abdullah ibrohim, Aji, Aryani tias ayu, dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih telah banyak sekali membantu, memberi dukungan dan saran dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini.

Penulis sangat berharap Karya Ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca. Penulis sadar bahwa dalam Karya Ilmiah ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, karena penulis masih dalam proses belajar sehingga sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar penulis bisa menjadi lebih baik lagi dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Jakarta, Juni 2012

Penulis