

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
<i>EPIGRAPH</i> .....	x
INTISARI .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii

### BAB I

#### PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Pemikiran .....	6
1. <i>Pengertian Public Relations</i> .....	6
2. <i>Konsep Peran Public Relations</i> .....	9
3. <i>Konsep Corporate Identity</i> .....	11
4. <i>Keterkaitan Public Relations dan Corporate Identity</i> .....	13
5. <i>Praktik Firma Public Relations</i> .....	16
F. Kerangka Konsep .....	18
G. Metodologi Penelitian .....	19
1. <i>Pendekatan dan metode Penelitian</i> .....	19
2. <i>Lokasi Penelitian</i> .....	20
3. <i>Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data</i> .....	20
4. <i>Teknik Analisis Data</i> .....	22

### BAB II

#### TINJAUAN PUSTAKA: PENGEMBANGAN CORPORATE IDENTITY OLEH FIRMA PUBLIC RELATIONS

A. Peran dan Public Relations .....	24
1. Konsep Peran .....	24
2. Tipologi Peran PR .....	25
3. Perspektif Power-Control .....	31
B. Pengembangan Corporate Identity.....	35
1. Manfaat Pengembangan Corporate Identity .....	35
2. Pendekatan Struktur Corporate Identity .....	36
3. Pertimbangan-Pertimbangan dalam Pengembangan Corporate identity .....	37
C. Keterkaitan Public Relations dengan Corporate Identity .....	38
D. Firma Public Relations .....	41
1. Pertimbangan-Pertimbangan dalam Pemanfaatan Metode <i>Outsourcing</i> .....	41
2. Proses Seleksi Firma Konsultan Public Relations .....	43

### **BAB III**

#### **TINJAUAN UMUM TENTANG CITILINK INDONESIA DAN FORTUNE PRAMANA RANCANG**

A. Profil Perusahaan PT Citilink Indonesia .....	44
1. Sejarah dan Perkembangan .....	44
2. Struktur Perusahaan .....	46
3. Nilai nilai perusahaan .....	46
4. Lingkup Bisnis dan Jangkauan Rute Penerbangan .....	47
5. Riwayat Pencapaian .....	48
B. Profil Perusahaan PT Fortune Pramana Rancang sebagai Firma Public Relation yang mengembangkan corporate identity Citilink Indonesia .....	49
1. Distribusi Kerja .....	51
2. Riwayat Pencapaian.....	52
3. Sekilas mengenai klien-klien PT Fortune Pramana Rancang sebelumnya .....	53

### **BAB IV**

#### **PERAN PT FORTUNE PRAMANA RANCANG SEBAGAI FIRMA PUBLIC RELATIONS DALAM MENGEMBANGKAN CORPORATE IDENTITY PT CITILINK INDONESIA**

A. Latar belakang Pengembangan Corporate Identity PT Citilink .....	55
---	----

B. Penunjukan PT Fortune Pramana Rancang sebagai Konsultan PT Citilink Indonesia .....	57
C. Langkah-Langkah Pengembangan Corporate Identity PT Citilink Indonesia oleh PT Fortune Pramana Rancang .....	58
D. Evaluasi Pengembangan Corporate Identity PT Citilink Indonesia .....	99
E. Analisis Peran PT Fortune Pramana Rancang sebagai Firma Public Relations dalam Mengembangkan Corporate Identity PT Citilink Indonesia pada Periode 2011-2013 .....	101

## **BAB V**

### **PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	104
B. Keterbatasan Penelitian .....	105
C. Saran .....	105

### **DAFTAR PUSTAKA .....107**

### **DAFTAR GAMBAR .....110**

Gambar 1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Praktik *PR* dalam Organisasi

Gambar 2 *The Corporate Identity Mix*

Gambar 3 Logo PT Fortune Pramana Rancang

Gambar 4 Roadmap Quantum Leap

Gambar 5 Tampilan Logo Lama Citilink yang Tidak Konsisten

Gambar 6 Tampilan Seragam Lama Flight Attendant Citilink

Gambar 7 Corporate Personaliy PT Citilink Indonesia

Gambar 8 Perbandingan Corporate Color

Gambar 9 Corporate Logo Baru Citilink

Gambar 10 Penyematan nama PT Garuda Indonesia dalam

Gambar 11 In-flight Meal Packaging

Gambar 12 Aircraft Safety Card

Gambar 13 Grup Band Nidji dalam salah satu Iklan PT Citilink Indonesia

- Gambar 14 Piringan Hitam Original Theme Song Citilink
- Gambar 15 Suasana peragaan busana pakaian khas daerah Indonesia
- Gambar 16 Dokumentasi Kegiatan Team Building
- Gambar 17 Sketsa Seragam Pramugari yang Diterima Panitia
- Gambar 18 Suasana Coaching di Boot Camp
- Gambar 19 Salah satu rancangan desain finalis
- Gambar 20 Prosesi Peluncuran Livery Baru
- Gambar 21 Penerimaan SIAU/NB dan Press conference
- Gambar 22 Kantor Pusat Baru Citilink
- Gambar 23 Prosesi Penerimaan AOC di Kantor Pusat Citilink
- Gambar 24 Band Nidji dan Project Pop memeriahkan Citilink Just Pop
- Gambar 25 Press conference Citilink Shield
- Gambar 26 Peresmian Citilink Hotels dengan Agoda.com
- Gambar 27 Suasana perayaan Natal dalam Kabin Pesawat
- Gambar 28 Suasana liburan dalam iklan surat kabar Citilink
- Gambar 29 Corporate Personality Affordable dalam Iklan Citilink
- Gambar 30 Materi iklan seragam pramugari baru Citilink
- Gambar 31 Materi serial iklan Citilink di Majalah
- Gambar 32 Laman muka Website Citilink
- Gambar 33 Salah satu tweet promosi akun @Citilink
- Gambar 34 Live Update Acara Awarding Night
- Gambar 35 Tampilan dari Facebook Fan Page Citilink
- Gambar 36 Testimoni penumpang Citilink di facebook
- Gambar 37 Liputan Acara 8-11 Show Metro TV
- Gambar 38 Evaluasi awareness

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tipologi Peran Praktisi *Public Relations*

Tabel 2 Tabel Penjabaran Kerangka Konsep Penelitian

Tabel 3 Rekam Jejak Perkembangan PT Citilink Indonesia

Tabel 4 Penghargaan-Penghargaan yang diterima oleh PT Citilink Indonesia

Tabel 5 Unit *Service Solutions* dan Tanggung Jawab Kerja

Tabel 6 Unit-Unit Industry Expertise dan Tanggung Jawab Kerja

## DAFTAR LAMPIRAN.....110

Lampiran 1 Surat Keterangan PT Fortune Pramana Rancang .....111

Lampiran 2 Surat Keterangan PT Citilink Indonesia .....112

Lampiran 3 Keterangan Revisi Judul Skripsi .....113



**Studi Kasus: Peran PT Fortune Pramana Rancang sebagai Firma Public Relations dalam Mengembangkan Corporate Identity PT Citilink Indonesia pada Periode 2011-2013**  
ANDRIAN YULIANTO, Drs. I Gusti Ngurah Putra, MA.  
Universitas Gadjah Mada, 2017 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>