ABSTRAK

Efektivitas *Public Relations* PT. Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan (UBP) Saguling Melalui Kegiatan Pengobatan Gratis Terhadap Citra Perusahaannya Pada Masyarakat Kecamatan Cipatat Kabupaten Bandung Barat

Penyusun:
Cipta Triffianty
41806124
Skripsi ini dibawah bimbingan:
Drs. Manap Solihat, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Efektivitas Public Relations PT. Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan (UBP) Saguling Melalui Kegiatan Pengobatan Gratis Terhadap Citra Perusahaannya Pada Masyarakat Kecamatan Cipatat Kabupaten Bandung Barat. Untuk menjawab penelitian ini peneliti menggunakan dua Variabel, yaitu Varibel X (Efektivitas) yang terdiri dari 3 kategori yang dijadikan alat ukur sebagai identifikasi masalah yaitu, tujuan yang direncanakan, biaya yang dianggarkan dan waktu yang ditetapkan, dan untuk Variabel Y (Citra) yang terdiri dari empat kategori yang dijadikan alat ukur sebagai identifikasi masalah yaitu, persepsi, kognisi, sikap, dan motivasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik sampling menggunakan teknik sampling sederhana atau disebut juga SRS (*Simple Random Sampilng*) sehingga informan yang di ambil berjumlah 58 orang. Teknik analisis data kuantitatif menggunakan *Rank Spearman*. Teknik pengumpulan data dengan melakukan kuesioner, wawancara, studi pustaka dan *internet searching*.

Hasil penelitian menunjukkan korelasi antara tujuan yang direncanakan dengan citra perusahaannya memiliki hubungan sangat kuat dengan korelasi sebesar 0,570, korelasi antara biaya yang dianggarkan dengan citra perusahaannya tidak memiliki hubungan yang cukup berarti dengan korelasi sebesar 0,348, korelasi antara waktu yang ditetapkan dengan citra perusahaannya memiliki hubungan yang kuat dengan korelasi sebesar 0,813, korelasi antara jumlah personil yang ditentukan dengan citra perusahaannya tidak memiliki hubungan yang kuat dan tidak searah dengan korelasi sebesar -0,127, korelasi antara efektivitas *Public Relations* dengan persepsi masyarakat memiliki hubungan yang kuat dengan korelasi sebesar 0,411, korelasi antara efektivitas *Public Relations* dengan kognisi masyarakat memiliki hubungan yang kuat sekali dengan korelasi sebesar 0,668, korelasi antara efektivitas *Public Relations* dengan sikap masyarakat memiliki hubungan yang cukup berarti dengan korelasi sebesar 0,469, korelasi antara efektivitas *Public Relations* dengan motivasi masyarakat memiliki hubungan yang kuat dengan korelasi sebesar 0,368. Hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis, mengisyaratkan bahwa H_o ditolak, dengan pemikiran hipotesis penelitian H_1 diterima. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara Efektivitas *Public Relations* PT. Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan (UBP) Saguling Melalui Kegiatan Pengobatan Gratis terhadap Citra Perusahaannya pada Masyarakat Kecamatan Cipatat Kabupaten Bandung Barat.

Kesimpulan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa efektivitas *Public Relations* PT. Indonesia Power Unit Bisnis Pembangkitan (UBP) Saguling melalui kegiatan pengobatan gratis sangat efektif terhadap citra perusahaannya pada masyarakat Kecamatan Cipatat Kabupaten Bandung Barat.

Saran dari penelitian ini efektivitas yang sudah baik saat ini, agar dapat ditingkatkan lagi dengan melalui kegiatan lainnya yang bermanfaat seperti kegiatan agar citra perusahaan semakin baik. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperhatikan faktor-faktor lain yang mungkin memiliki hubungan yang lebih besar terhadap citra perusahaan.

ABSTRACT

Effectiveness of Public Relations of PT. Indonesia Power Generation Business Unit (UBP) Saguling Through Activities Free Treatment Of His company image Cipatat In Community District West Bandung regency

Editors:
Cipta Triffianty
41806124
This research is under the guidance of:
Drs. Manap Solihat, M. Si

This study aims to determine how the effectiveness of the Public Relations PT. Indonesia Power Generation Business Unit (UBP) Saguling Through Activities Free Treatment Of His company Citra Community State Cipatat In West Bandung regency. To answer this study researchers used two variables, namely variables X (Effectiveness) which consists of three categories that serve as a measuring tool that is a problem identification, goals planned, budgeted costs and time are set, and for variable Y (image) which consists of the four categories that serve as a measuring tool that is a problem of identification, perception, cognition, attitudes, and motivations.

The research method used is survey method with the technique of correlational analysis using quantitative research pendeketan. Informants literature is PR Staff PT. Indonesia Power Generation Business Unit (UBP) and the employee or officer Saguling free treatment program.Sampling technique using a simple sampling technique or also known as SRS (Simple Random Sampilng) so that the informant in the capture amounted to 58 people. Quantitative data analysis techniques by the use Rank Spearman. Data collection techniques by conducting a questionnaire, interview, book study and internet searching.

The results showed a correlation between the planned objectives with corporate image has a very strong relationship with a correlation of 0.570, the correlation between the budgeted costs with the image of his company did not have a significant relationship with a correlation of 0.348, the correlation between the time set by their corporate image have a relationship strong correlation of 0.813, the correlation between the number of personnel is determined by the image of his company did not have a strong relationship and not the direction of the correlation of -0.127, the correlation between the effectiveness of Public Relations with the public perception has a strong relationship with a correlation of 0.411, the correlation between the effectiveness of the Public Relations with cognition community has a very strong relationship with a correlation of 0.668, the correlation between the effectiveness of public relations with community attitudes have a significant relationship with a correlation of 0.469, the correlation between the effectiveness of Public Relations with the motivation of people have a strong relationship with a correlation of 0.368. The results of data processing and hypothesis testing, suggests that H_o is rejected, with the idea of research hypotheses H_1 accepted. The results showed a significant relationship exists between the effectiveness of the Public Relations PT. Indonesia Power Generation Business Unit (UBP) Saguling Through Treatment Activities Guide to the image of company at the Community District Cipatat West Bandung regency.

The conclusion from this study showed that the effectiveness of Public Relations of PT. Indonesia Power Generation Business Unit (UBP) Saguling through free treatment is very effective against their corporate image in the community district Cipatat West Bandung regency.

Suggestions from this study the effectiveness of existing well at the moment, so can be increased through other useful activities such as activities in order to better corporate image. For further research is recommended to consider other factors that may have a greater relationship to the company's image.

Beri peringkat terjemahan