

**KOMUNIKASI PUBLIC RELATION CV. MULTINDO JAYA
MANDIRI DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN
VENDOR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu komunikasi



Disusun Oleh :

TAUFIK ANDREANSYAH

210900019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2025

***PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION BY CV. MULTINDO
JAYA MANDIRI IN ESTABLISHING GOOD RELATIONSHIPS
WITH VENDORS***

THESIS

***Submitted As One of The Requirement to Obtain a Bachelor's Degree in
Communication Science***



Arranged by:

TAUFIK ANDREANSYAH

210900019

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

JAKARTA

2025

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapat gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini. maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta 29 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan



(Taufik Andreansyah)

21090019

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Taufik Andreansyah
NIM : 210900019
JUDUL : Komunikasi Public Relations CV. Multindo Jaya
Mandiri Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan
Vendor

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

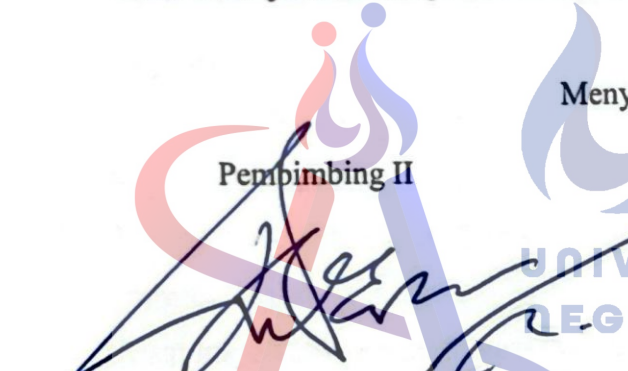
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 29 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I


Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.MedKom


Drs. Solten Rajagukguk, MM

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP


Risqi Inayah Dwijayanti, S.I.Kom., M. I.Kom




Dr. Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Taufik Andreansyah
NIM : 210900044
Judul : Komunikasi Public Relation CV. Multindo Jaya Mandiri Dalam
Menjalin Hubungan Baik Dengan Vendor
Program : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Jakarta, 29 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Drs. Solten Rajagukguk, MM.)

Anggota Penguji I

(Helen Olivia, S.Ikom, M. Ikom)

Anggota Penguji II

(Risqi Inayah Dwijayanti S.Ikom, M. Ikom)


.....

.....

.....

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Risqi Inayah Dwijayanti S.Ikom, M. Ikom)

Dekan FISIP




(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA**

NAMA : Taufik Andreansyah

NIM : 210900019

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

**Komunikasi Public Relation Cv. Multindo Jaya Mandiri Dalam Menjalin
Hubungan Baik Dengan Vendor**

Jumlah Halaman : xvi + 126 halaman + Lampiran

Bibliografi : 21 Buku, 10 Jurnal, 2 Artikel Internet

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi *Public Relations* CV. MJM dalam menjalin hubungan baik dengan vendor. Fokus utama adalah pentingnya komunikasi organisasi dalam membangun hubungan yang sehat dan berkelanjutan.

Landasan teori yang digunakan adalah *Relationship Management Theory*, yang mencakup empat indikator: kontrol kebersamaan, kepercayaan, komitmen, dan kepuasan. Teori menilai sejauh mana komunikasi yang dilakukan berkontribusi terhadap kualitas hubungan dengan vendor.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivistik. Metode penelitian studi kasus, sifat penelitian deskriptif, menggunakan. Teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi PR CV. MJM terwujud melalui mekanisme formal dan komunikasi interpersonal. Pada aspek kontrol kebersamaan, hubungan masih cenderung didominasi perusahaan; pada aspek kepercayaan, PR cukup berhasil membangun trust meskipun terdapat inkonsistensi informasi internal; pada aspek komitmen, praktik kerja sama berulang dan komunikasi yang berkesinambungan menegaskan perhatian pada hubungan jangka panjang; sedangkan pada aspek kepuasan, mayoritas vendor merasa puas dengan komunikasi yang terbuka dan solutif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa peran komunikasi *Public Relations* sangat penting dalam membentuk dan mempertahankan hubungan profesional yang sehat antara perusahaan dan vendor.

Kata Kunci : Komunikasi Organisasi, Hubungan Baik, Vendor,
Relationship Management Theory

Pembimbing 1: Drs. Solten Rajagukguk, MM

Pembimbing 2: Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.MedKom

**UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

NAME : Taufik Andreansyah

NIM : 210900019

STUDY PROGRAM : *Communication Studies*

SPECIALITIES : *Public Relation*

Public Relations Communication of CV. Multindo Jaya Mandiri in Establishing Good Relations with Vendors

Number of Pages : xvi + 126 Pages + Attachment

Bibliografi : 21 Book, 10 Journals, 2 Websites

ABSTRACT

This study aims to determine how CV. MJM's Public Relations communicates in establishing good relationships with vendors. The main focus is on the importance of organisational communication in building healthy and sustainable relationships.

The theoretical basis used is Relationship Managemnet Theory, which includes four indicators: shared control, trust, commitment, and satisfaction. The theory assesses the extent to which communication contributes to the quality of relationships with vendors.

This study uses a qualitative approach with a post-positivistic paradigm. The research method is a case study, the nature of the research is descriptive, using observation, interviews, and documentation as data collection techniques.

The results of the study indicate that CV. MJM's PR communication is realised through formal mechanisms and interpersonal communication. In terms of joint control, the relationship still tends to be dominated by the company; in terms of trust, PR has been quite successful in building trust despite internal inconsistencies in information; in terms of commitment, repeated cooperation and continuous communication emphasise the importance of long-term relationships; while in terms of satisfaction, the majority of vendors are satisfied with open and solution-oriented communication.

This study shows that the role of public relations communication is very important in establishing and maintaining healthy professional relationships between companies and vendors.

Key Word: *Organisational Communication, Good Relations, Vendors, Relationship Managemnet Theory*

Advisor 1: Drs. Solten Rajagukguk, MM

Advisor 2: Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.MedKom