

**ANALISIS STRATEGI HUMAS DALAM MEMBANGUN  
CITRA KOPERASI RIZKI ABADI**

**(Studi Kasus Pemulihan Kepercayaan Untuk Pemasaran Kredit  
Pensiun Di ~~Koperasi Rizki Abadi~~)**

~~STRATEGI~~

**DISUSUN OLEH:**

~~ANDI RIZKI~~

~~041100103~~



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
DESEMBER 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andri Noor  
NPM : 044116165  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Program Pendidikan : Strata-1  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya  
PTS : Universitas Pakuan Bogor  
Judul : **ANALISIS STRATEGI HUMAS DALAM  
MEMBANGUN CITRA KOPERASI RIZKI ABADI  
(Studi Kasus Pemulihan Kepercayaan Untuk  
Pemasaran Kredit Pensiun Di Komplek Abri Sukasari  
Kota Bogor)**

Penelitian ini telah diuji dan dipertahankan oleh Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian yang dibutuhkan untuk mendapat gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor. Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

### DEWAN PENGUJI

Menyetujui,

Pembimbing 1 : Feri Ferdinan Alamsyah, M.I.Kom.  
NIK 1. 0614 025 629

Pembimbing 2 : Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn.  
NIK 1.0113 001 607

Penguji 1 : Qoute Nuraini C M.I.Kom  
NIK 10113001608

Penguji 2 : \_\_\_\_\_

Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya  
Studi

Ketua Program



Dr. Henny Suharyati, M.Si.  
NIP: 19600671990092001

Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn.  
NIK: 1.0113 001 607

## ABSTRAK

**Andri Noor. 044116165. 2020. Analisis Strategi Humas Dalam Membangun Citra Koperasi Rizki Abadi (Studi Kasus Pemulihan Kepercayaan Untuk Pemasaran Kredit Pensiun Di Komplek Abri Sukasari Kota Bogor). Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor, Dibawah Bimbingan : Feri Ferdinan Alamsyah dan Dwi Rini Sovia Firdaus.**

Pada penelitian ini penulis berusaha melihat dan menganalisa hal apa yang membuat masyarakat komplek ABRI Sukasari Kota Bogor tidak mempercayai Koperasi Rizki Abadi dalam proses kredit atau pinjaman yang biasaa ditawarkan dan berusaha meneliti cara atau strategi apa yang diterapkan agar dapat mengembalikan kepercayaan tersebut dari masyarakat Komplek ABRI Sukasari Kota Bogor. Penelitian ini ada beberapa penjelasan dari pihak Koperasi Rizki Abadi dalam menjelaskan bagaimana strategi dan cara untuk dapat mengembalikan citra yang sebelumnya tidak baik menjadi pulih kembali. Penjelasan yang akan dijelaskan dengan wawancara terhadap narasumber yang nantinya agar lebih rinci dikaitkan dengan elemen penelitian berdasarkan teori yang digunakan. Dengan begitu penjelasan mengenai proses pemulihan citra dapat dikembangkan dan dijelaskan secara rinci dan dapat lebih mudah difahami berdasarkan alur teori dalam penelitian ini untuk mengembalikan citra suatu perusahaan yang sebelumnya tidak baik menjadi pulih dan dapat menjalankan kembali proses pemasaran kredit pensiun oleh Koperasi Rizki Abadi di Komplek ABRI Sukasari Kota Bogor. Dengan elemen citra perusahaan yaitu *personality, reputation, value, dan corporate identity*.

***Kata kunci : Citra, Humas, kredit pension, pemasaran***



## ABSTRACT

**Andri Noor. 044116165. 2020. Analisis Strategi Humas Dalam Membangun Citra Koperasi Rizki Abadi (Studi Kasus Pemulihan Kepercayaan Untuk Pemasaran Kredit Pensiun Di Komplek Abri Sukasari Kota Bogor). Communication Studies Program Concentration of Public Relations, Faculty of Social and Cultural Sciences, Pakuan University, Bogor, Under the guidance of: Feri Ferdinan Alamsyah and Dwi Rini Sovia Firdaus.**

In this study the author tries to see and analyze what makes the people of the ABRI Sukasari complex in Bogor City not trust the Rizki Abadi Cooperative in the credit or loan process that is usually offered and tries to examine what methods or strategies are implemented in order to restore this trust from the people of the Sukasari ABRI Complex. Bogor city. In this study, there are several explanations from the Rizki Abadi Cooperative in explaining how the strategies and ways to be able to restore an image that was not good before become recovered. The explanation that will be explained by interviewing the sources will be related to the research elements based on the theory used in more detail. That way an explanation of the image restoration process can be developed and explained in detail and can be more easily understood based on the theoretical flow in this study to restore the image of a company that was not good before being recovered and can re-run the pension credit marketing process by the Rizki Abadi Cooperative at the ABRI Complex. Sukasari City of Bogor. With the elements of company image, namely personality, reputation, value, and corporate identity.

***Keywords: Image, PR, pension credit, marketing.***