

**STRATEGI HUMAS PT.GILLAND GANESHA DALAM
MENSOSIALISASIKAN PEMBAYARAN NON TUNAI KEPADA
MAHASISWA PROGRAM PERKULIAHAN KARYAWAN**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan

Disusun Oleh:
ANGGITA MEGARESTIYANA
044113213



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

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Anggita Megarestiyana
NPM : 044113213
Judul : Strategi Humas PT.Gilland Ganesha Dalam
Mensosialisasikan Pembayaran Non Tunai Kepada
Mahasiswa Program Perkuliahan Karyawan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Feri Ferdinan Alamsyah, M.Ikom
NIK. 1.0614 025 629

Pembimbing II : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom
NIK: 1.0616 049 760

Pembaca : Dini Valdiani, M.Si
NIK. 1.1110 033 517

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 29 Juni 2020

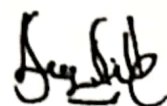
Dekan Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum
NIK : 1 0295 006 229



Ketua Program Studi



Muslim, M.Si
NIK: 1 0909 048 513

ABSTRAK

ANGGITA MEGARESTYANA. 044113213. 2020. Strategi Humas PT. Gilland Ganesha dalam Mensosialisasian Pembayaran Non Tunai kepada Mahasiswa Program Perkuliahan Karyawan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: Feri Ferdinan Alamsyah dan Prastyo Adinugroho.

Penelitian ini membahas mengenai strategi humas PT. Gilland Ganesha dalam mensosialisasikan pembayaran non tunai kepada mahasiswa program perkuliahan karyawan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif-deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana sosialisasi humas PT. Gilland Ganesha dalam mengedukasi mahasiswa untuk melakukan pembayaran secara benar, agar tidak ada kerugian materi bagi mahasiswa dan penurunan citra bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa sosialisasi ini berjalan dengan baik sesuai perencanaan yang telah dibuat. Dengan menggunakan beberapa media seperti whatsapp, email, sms, dan telepon, informasi yang ingin disampaikan kepada mahasiswa berhasil disampaikan dengan baik. Walaupun sosialisasi ini belum mencapai target 100% sampai kepada mahasiswa Program Perkuliahan Karyawan, dikarenakan beberapa mahasiswa tidak dapat tim penagihan hubungi. Hal tersebut membuktikan bahwa diperlukan usaha lebih agar sosialisasi berhasil 100%.

Peneliti mengetahui ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan kampanye ini, fakto-faktor pendukungnya seperti fasilitas yang memadai, sistem aplikasi, sumber daya manusia yang menunjang. Serta faktor-faktor penghambatnya adalah jadwal kerja yang sama antara tim penagihan dan mahasiswa, nomor handphone mahasiswa yang tidak bisa dihubungi, email yang tidak aktif, dan jaringan internet yang tidak stabil.

Kata Kunci: Program Perkuliahan Karywan, Sosialisasi Pembayaran, Strategi Humas