

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas semua rahmat, berkah, pertolongan dan karunia-Nya serta kepada Nabi besar Muhammad SAW, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Strategi *Media Relations* dalam meningkatkan Citra Positif (Studi Kasus pada Universitas Telkom Bandung)”. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom.

Pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng., Ph.D. selaku Rektor Universitas Telkom.
2. Bapak Ir. Husni Amani, MM., MSc. selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom.
3. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.Sos., MBA. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Reni Nuraeni, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang telah membimbing peneliti dengan sabar dan memberikan banyak masukan kepada peneliti dari awal proses penelitian sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Jajaran dosen dan staff karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Bapak Rana Akbari Fitriawan, Bapak M. Sufyan Abdurrahman, Ibu Lia Marlia, Kang Ugi dan Bapak Rahmat Saepulloh sebagai informan yang sudah banyak membantu serta bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi terkait dengan penelitian ini.
7. Keluarga peneliti Mama, Bapa, Aa, Teteh dan ii yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa yang tidak ada putus-putusnya kepada peneliti.

8. Assifa Putria Hanifa, Adista Dwi Prahista, Agnes Anggraeni, Givania Diwiya, Juliana Soputra, Madarina Rie, Mahmelia Isnaeni, Ratri Hertiani selaku sahabat-sahabat dekat penulis yang selalu saling mendukung dalam proses penelitian ini.
9. Teman-teman Ikom angkatan 2010 lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala dukungan, motivasi dan doa yang diberikan kepada peneliti dari semua pihak-pihak di atas memperoleh balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga saran dan kritik membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan pada penelitian selanjutnya dan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bandung, Juni 2014

Renita Devi

## DAFTAR ISI

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PERNYATAAN**

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xii</b>

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Aspek Teoritis .....	6
1.4.2 Aspek Praktis.....	6
1.5 Tahapan Penelitian.....	6
1.5.1 Tahap Memilih Topik Kajian.....	7
1.5.2 Instrumentasi.....	8

1.5.3 Pelaksanaan Penelitian .....	8
1.5.4 Pengolahan Data.....	9
1.5.5 Hasil Penelitian .....	9
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Tinjauan Pustaka dan Teori.....	34
2.2.1 Komunikasi.....	34
2.2.2 <i>Public Relations</i> .....	36
2.2.2.1 Peran <i>Public Relations</i> .....	37
2.2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i> .....	38
2.2.2.3 Tujuan <i>Public Relations</i> .....	39
2.2.2.4 Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	39
2.2.2.5 Strategi <i>Public Relations</i> .....	43
2.2.2.6 Media <i>Public Relations</i> .....	43
2.2.2.6.1 Jenis dan Media <i>Public Relations</i> .....	47
2.2.3 Strategi.....	48
2.2.4 <i>Media Relations</i> .....	48
2.2.4.1 Fungsi <i>Media Relations</i> .....	50
2.2.4.2 Tujuan <i>Media Relations</i> .....	50
2.2.4.3 Manfaat <i>Media Relations</i> .....	51

2.2.4.4 Bentuk-Bentuk <i>Media Relations</i> .....	51
2.2.4.5 Kegiatan <i>Media Relations</i> .....	52
2.2.5 Media Massa.....	54
2.2.5.1 Fungsi Media Massa .....	55
2.2.6 Televisi .....	56
2.2.6.1 Fungsi Televisi.....	56
2.2.6.2 Karakteristik Televisi .....	56
2.2.6.3 Faktor-faktor yang perlu diperhatikan .....	58
2.2.7 Radio .....	59
2.2.7.1 Karakteristik Radio .....	59
2.2.8 Surat Kabar.....	61
2.2.8.1 Fungsi Surat Kabar.....	62
2.2.8.2 Karakteristik Surat Kabar.....	62
2.2.8.3 Kategorisasi Surat Kabar.....	63
2.2.9 Internet .....	64
2.2.10 Wartawan .....	64
2.2.10.1 Karakteristik wartawan .....	65
2.2.11 Citra.....	66
2.2.11.1 Proses Pembentukan Citra .....	68
2.2.11.2 Jenis-Jenis Citra .....	70
2.2.11 Teori Perencanaan.....	72
2.3 Kerangka Pemikiran.....	73

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>74</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	74
3.2 Metode Penelitian.....	75
3.3 Subjek Penelitian.....	76
3.3.1 Visi dan Misi .....	78
3.3.2 Logo Universitas Telkom.....	79
3.3.3 Struktur Organisasi Universitas Telkom.....	80
3.4 Objek Penelitian .....	80
3.4.1 Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> Universitas Telkom .....	81
3.4.2 <i>Job Descriptions Public Relations</i> Universitas Telkom.....	81
3.5 Definisi Konsep.....	82
3.6 Unit Analisis .....	84
3.7 Informan .....	84
3.8 Pengumpulan Data .....	86
3.8.1 Observasi.....	86
3.8.2 Wawancara Mendalam.....	87
3.8.3 Dokumentasi .....	88
3.9 Teknik Keabsahan Data .....	89
3.10 Teknik Analisis Data.....	90
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>92</b>
4.1 Karakteristik Narasumber .....	92

4.2 Hasil Penelitian .....	96
4.2.1 Penggunaan Media .....	97
4.2.1.1 Media Cetak .....	99
4.2.1.2 Media Elektronik.....	108
4.2.1.3 <i>Internet</i> .....	117
4.2.2 Bentuk Hubungan dengan Media .....	133
4.2.2.1 <i>Press Conferences</i> .....	134
4.2.2.2 <i>Media Visit</i> .....	136
4.2.2.3 <i>Special Event</i> .....	137
4.2.2.4 Undangan Peliputan .....	139
4.2.2.1 <i>Pers Gathering</i> .....	140
4.3 Pembahasan.....	144
4.3.1 Penggunaan Media.....	144
4.3.2 Bentuk Hubungan dengan Media.....	150
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>157</b>
5.1 Simpulan .....	157
5.1.1 Penggunaan Media.....	158
5.1.1 Bentuk Hubungan dengan Media.....	160
5.2 Saran.....	161
5.2.1 Saran untuk Strategi <i>Media Relations</i> .....	161
5.2.2 Saran untuk Universitas Telkom.....	161

5.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya..... 162

**DAFTAR PUSTAKA .....xiii**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Publikasi Universitas Telkom oleh Media .....	3
Gambar 2.2.11.1 Proses Pembentukan Citra .....	68
Gambar 2.2.11.2 Model Komunikasi dalam <i>Public Relations</i> .....	71
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	73
Gambar 3.3.2 Logo Universitas Telkom.....	79
Gambar 3.3.3 Struktur Organisasi Universitas Telkom .....	80
Gambar 3.4.1 Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> Universitas Telkom .....	81
Gambar 3.10 Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman.....	91
Gambar 4.1 M. Sufyan Abdurrahman.....	93
Gambar 4.2 Rana Akbari Fitriawan .....	94
Gambar 4.3 Lia Marlia.....	94
Gambar 4.4 Yugi Prasetyo .....	95
Gambar 4.5 Rahmat Saepulloh .....	96
Gambar 4.6 Publikasi Koran Sindo.....	101
Gambar 4.7 Publikasi Koran Tribun Jabar.....	101
Gambar 4.8 Publikasi Koran Pikiran Rakyat .....	102
Gambar 4.9 Publikasi Koran Galamedia.....	103
Gambar 4.10 Publikasi Koran Kompas.....	104
Gambar 4.11 Publikasi Koran Radar Bandung .....	104
Gambar 4.12 Publikasi Inilah Koran.....	105
Gambar 4.13 Liputan TVRI Jawa Barat .....	110
Gambar 4.14 Liputan Bandung TV.....	110
Gambar 4.15 Liputan Kompas TV.....	111
Gambar 4.16 Liputan Net TV .....	111
Gambar 4.17 Liputan TV One .....	112
Gambar 4.18 Publikasi Radio K-Lite.....	115

Gambar 4.19 Publikasi Radio Elshinta .....	116
Gambar 4.20 <i>Website</i> Yayasan Pendidikan Telkom.....	122
Gambar 4.21 <i>Website</i> Universitas Telkom.....	123
Gambar 4.22 <i>Facebook</i> Universitas Telkom .....	125
Gambar 4.23 Twitter Universitas Telkom .....	127
Gambar 4.24 Portal Berita <i>Online</i> Antara.....	129
Gambar 4.25 Portal Berita <i>Online</i> Pikiran Rakyat.....	129
Gambar 4.26 Portal Berita Online Sindo .....	130
Gambar 4.27 <i>Workshop</i> Seputar Indonesia <i>Goes to Campus</i> .....	135

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.5 Tahapan Penelitian .....	6
Tabel 1.6 Waktu Penelitian .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.6 Unit Analisis Penelitian .....	84
Tabel 3.7 Informan Penelitian .....	86