

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM
KEGIATAN MEDIA RELATIONS
(STUDI KASUS PROSES REBRANDING RADIO SINDO
TRIJAYA FM MENJADI MNC TRIJAYA FM)**

SKRIPSI

Oleh :

**Ni Ketut Ayu Sinta Dewi
201410415152**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Strategi Public Relations Dalam Kegiatan Media Relations (Studi Kasus Proses Rebranding Radio Sindo Trijaya FM Menjadi MNC Trijaya FM)
Nama Mahasiswa : Ni Ketut Ayu Sinta Dewi
Nama Pokok Mahasiswa : 201410415152
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2018

Jakarta, 31 Juli 2018

MENYETUJUI,

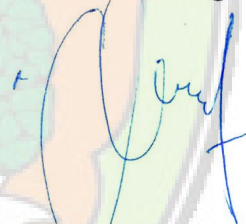
Pembimbing I



Erita Riski Putri, S.Sos., M.Si

NID. 041503027

Pembimbing II



Novrian, S.Sos., M.I.Kom

NID. 0041501018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Public Relations Dalam Kegiatan Media Relations (Studi Kasus Proses Rebranding Nama Sindo Trijaya FM Menjadi MNC Trijaya FM)

Nama Mahasiswa : Ni Ketut Ayu Sinta Dewi

Nama Pokok Mahasiswa : 201410415152

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : Selasa, 17 Juli 2018

Jakarta, 31 Juli 2018

MENGESAHKAN

Ketua Penguji : Asima O. Sitanggang, S.Ds., M.Si

NID 041505028

Penguji I : Erita Riski Putri, S.Sos., M.Si

NID 041503027

Penguji II : Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom

NID 041310003

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

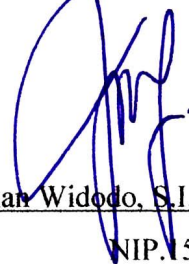


Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom

NIP. 1602244

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Strategi Public Relations Dalam Kegiatan Media Relations (Studi Kasus Proses Rebranding Radio Sindo Trijaya FM Menjadi MNC Trijaya FM)** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Ni Ketut Ayu Sinta Dewi

201410415152

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyanyang, penulis panjatkan puji syukur atas keharidat-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Dimana karya ilmiah ini penulis sajikan dalam buku yang sederhana, adapun dengan judul penulis proposal skripsi adalah *“Strategi Public Relations dalam kegiatan Media Relations (Studi Kasus Proses Rebranding Radio Sindo Trijaya FM Menjadi MNC Trijaya FM)”*

Tujuan penulisan tugas akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat menyelesaikan mata kuliah Skripsi. Sebagai bahan penulisan diambil berdasarkan hasil praktk, observasi dan beberapa sumber yang mendukung penulisan ini. Hasil laporan ini telah di susun dengan maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan penilisan ilmiah ini. Terlepas dari semua itu penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Dr. (c) H. Bambang Karsono S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Nurul fauziah, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Progam Studi Ilmu Komunkasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Erita Riski Putri, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing I yang banyak mmebantu penulis serta senantiasa memberikan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi.

5. Bapak Novrian, S.Sos, M.I.Kom selaku Pembimbing II yang banyak membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Pak Gaib Maruto Sigit selaku Pemimpin Redaksi Radio MNC Trijaya FM.
7. Bapak Ikhsan selaku pembimbing saat melakukan penelitian proposal skripsi di Radio MNC Trijaya FM.
8. Muhammad Bayu Anggoro yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan memberikan penulis motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Elsa, Elva, Mayrinda, Putri, Yessy, Cika dan Dina yang menghibur penulis dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.

Serta semua pihak yang terlalu banyak untuk disebut satu-persatu sehingga terwujudnya penulisan penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penulisan penelitian ini ini masih jauh sekali dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga penelitian ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Jakarta, 31 Juli 2018



Ni Ketut Ayu Sinta Dewi

ABSTRAK

Ni Ketut Ayu Sinta Dewi. 201410415152. Strategi Public Relations Dalam Kegiatan Media Relations (Studi Kasus Proses Rebranding Radio Sindo Trijaya FM Menjadi MNC Trijaya FM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Public Relations dalam kegiatan media relations proses rebranding radio Sindo Trijaya FM menjadi MNC Trijaya FM. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data yang peneliti dapat dalam penelitian ini berasal dari key informan yang merupakan staff di MNC Trijaya dan informan yang merupakan pendengar atau professional MNC Trijaya. Pengumpulan data yang peneliti lakukan dengan teknik wawancara mendalam, observasi langsung dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi yang dilakukan oleh public relations dalam memperkenalkan perubahan brand Sindo Trijaya menjadi MNC Trijaya adalah dengan merencanakan media planning sebagai bagian bentuk publisitas ke media eksternal dan internal yang merupakan kegiatan dari media relations. Dengan melakukan publisitas, membuat khalayak menyadari bahwa Sindo Trijaya sudah berganti nama menjadi MNC Trijaya.

Kata Kunci : Strategi Public Relations, Rebranding, Media Relations, Media Planning, Publisitas.



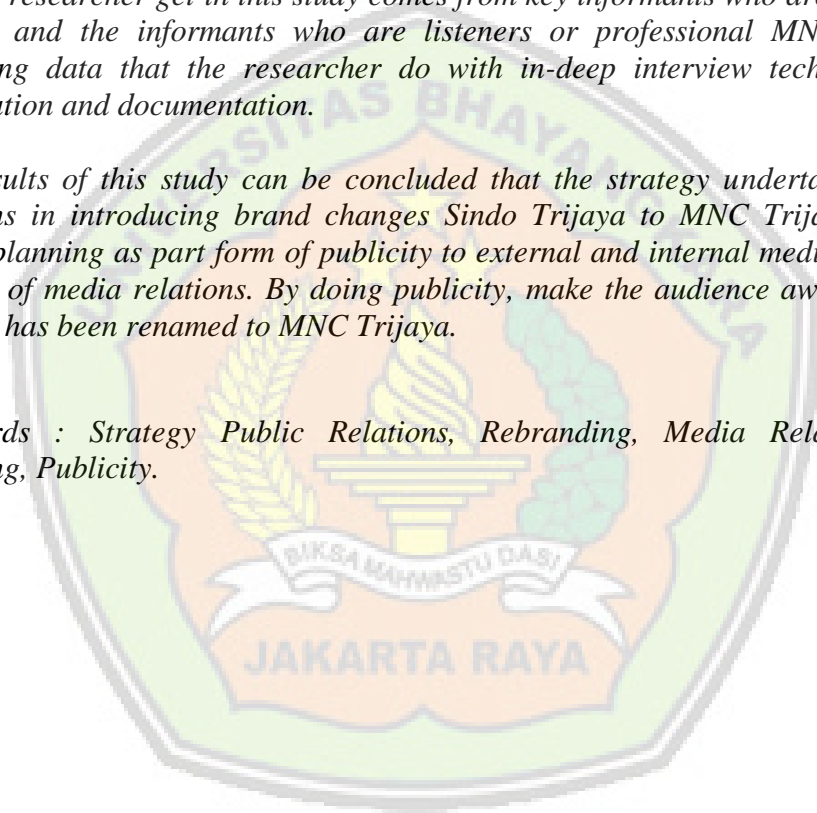
ABSTRACT

Ni Ketut Ayu Sinta Dewi. 201410415152. Strategy of Public Relations in Media Relations Activities (Case Study of Rebranding Process of Radio Sindo Trijaya FM Became MNC Trijaya FM).

This study aims to find out what strategies used Public Relations in media relations activities process rebranding radio Sindo Trijaya FM into MNC Trijaya FM. This type of research is qualitative with case study approach. Sources of data that the researcher get in this study comes from key informants who are staff at MNC Trijaya and the informants who are listeners or professional MNC Trijaya. In collecting data that the researcher do with in-deep interview techniques, direct observation and documentation.

The results of this study can be concluded that the strategy undertaken by public relations in introducing brand changes Sindo Trijaya to MNC Trijaya is to plan media planning as part form of publicity to external and internal media which is the activity of media relations. By doing publicity, make the audience aware that Sindo Trijaya has been renamed to MNC Trijaya.

Keywords : Strategy Public Relations, Rebranding, Media Relations, Media Planning, Publicity.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Komunikasi	9
2.2 Pengertian Public Relations	10
2.2.1 Pengertian Manajemen Public Relations	11
2.2.2 Pengertian Strategi	12

2.2.3	Pengertian Strategi Public Relations	12
2.2.4	Pengertian Peran Public Relations	13
2.2.5	Pengertian Kegiatan Public Relations	14
2.3	Pengertian Media Relations	15
2.4	Pengertian Publisitas	17
2.5	Pengertian Opini Publik	18
2.6	Pengertian Brand	18
2.7	Pengertian Rebranding	19
2.7.1	Pengertian Tujuan Branding	20
2.7.2	Pengertian Faktor Rebranding	20
2.8	Teori AIDDA	21
2.9	Kerangka Pemikiran	23
2.10	Matriks Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Paradigma Penelitian	30
3.1.1	Pendekatan Penelitian	32
3.1.2	Metode Penelitian	32
3.2	Key Informan dan Informan	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1	Observasi	36
3.3.2	Wawancara	37
3.3.3	Dokumentasi	39
3.4	Teknik Analisis Data	40

3.5	Keabsahan Data	42
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	43
BAB IV PEMBAHASAN		44
4.1	Hasil Penelitian	44
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.1.2	Sejarah Singkat MNC Trijaya	44
4.1.3	Struktur Organisasi	46
4.1.4	Visi dan Misi MNC Trijaya	46
4.1.5	Program Unggulan MNC Trijaya	47
4.1.6	Data Key Informan	52
4.1.7	Data Informan	53
4.1.8	AIDDA Dengan Strategi Public Relations Dalam Kegiatan Media Relations	54
4.2	Pembahasan	56
4.2.1	Media Relations Dalam Proses Rebranding Sindo Trijaya Menjadi MNC Trijaya	57
4.2.2	Publikasi Dalam Proses Rebranding Sindo Trijaya Menjadi MNC Trijaya	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran	22
Bagan 4.1	Struktur Organisasi MNC Trijaya	45
Bagan 4.2	Arus Komunikasi Dalam Media Relations	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pendengar Performance MNC Trijaya	3
Gambar 2.1	Perubahan Logo Sindo Trijaya Menjadi MNC Trijaya	22
Gambar 2.2	Perubahan Program MNC Trijaya FM	22
Gambar 4.1	MNC Radio Network	42
Gambar 4.2	Logo Program Tokoh Bicara	45
Gambar 4.3	Logo Program Sindotrijaya Hot Topic	46
Gambar 4.4	Logo Program Indonesia Bersaing	46
Gambar 4.5	Logo Program POLEMIK	46
Gambar 4.6	Logo Program Start Your Day With VOA	47
Gambar 4.7	Logo Program The Leader	47
Gambar 4.8	Logo Program Trijaya Rock Hits	47
Gambar 4.9	Logo Program Pit Shop	48
Gambar 4.10	Logo Program Bincang Finansial	49
Gambar 4.11	Logo Program Sindo Sport	49
Gambar 4.12	Logo Program Sindo Siang	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2	Matriks Penelitian	23
Tabel 4.1	Tabel Data Key Inroman dan Informan	51

