

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT SEMEN INDONESIA
(PERSERO) TBK DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PADA
KASUS PROYEK PEMBANGUNAN PABRIK SEMEN DI
REMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Meri Meglian

NRP. 1423011125

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2015**

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT SEMEN INDONESIA
(PERSERO) TBK DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PADA
KASUS PROYEK PEMBANGUNAN PABRIK SEMEN DI
REMBANG**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Meri Meglian

NRP. 1423011125

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2015**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Meri Meglian

NRP : 1423011125

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PADA KASUS PROYEK PEMBANGUNAN PABRIK SEMEN DI REMBANG

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumber. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.



Surabaya,

Penulis

Meri Meglian

NRP. 1423011125

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT SEMEN INDONESIA
(PERSERO) TBK DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PADA
KASUS PROYEK PEMBANGUNAN PABRIK SEMEN DI
REMBANG**

Oleh:

Meri Meglian

NRP: 1423011125

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

(.....)

Pembimbing II : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo

NIK. 142.LB.0882

(.....)

Surabaya, 03 Juli 2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Jum'at, 19 Juni 2015

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dosen Penguji

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIK. 142.09.0645
2. Sekretaris : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo (.....)
NIK. 142.LB.0882
3. Anggota : Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si. (.....)
NIK. 142.09.0647
4. Anggota : Novcina Silviyani Dugis, S.Sos., M.A. (.....)
NIK. 142.11.0708

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Meri Meglian

NRP : 1423011125

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya dengan judul:

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT SEMEN INDONESIA
(PERSERO) TBK DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PADA
KASUS PROYEK PEMBANGUNAN PABRIK SEMEN DI
REMBANG**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 03 Juli 2015

Yang Menyatakan,



KATA PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan skripsi ini terutama untuk Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, dan juga untuk keluarga yang tidak pernah berhenti untuk terus mendukung dan mendoakan.

”Tetapkanlah sesuatu yang dapat dan akan dilakukan, maka kita akan menemukan cara untuk melakukannya”

- Abraham Lincoln

”Begitu banyak impian kita yang tampaknya mustahil, kemudian menjadi mungkin, dan akhirnya tak terelakkan”

- Christopher Reeve

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti haturkan kehadiran Allah S.W.T atas segala rahmat dan ridho-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK DALAM MENJAGA CITRA POSITIF PADA KASUS PROYEK PEMBANGUNAN PABRIK SEMEN DI REMBANG**. Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesaikannya laporan ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila peneliti mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Keluarga, yang tidak pernah berhenti untuk terus mendukung dan mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Yuli Nugraheni S.Sos, M.Si dan Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu dan pikirannya guna terselesaikannya skripsi ini.
4. Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom dan Noveina Silviyani Dugis, S.Sos., M.MA selaku dosen penguji yang sudah membimbing dan

meluangkan waktunya untuk memberikan kritik dan saran demi kemajuan penelitian ini.

5. Karyawan Seksi Hubungan Media PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk, terima kasih telah membantu peneliti untuk melakukan penelitian.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang memberikan masukan pada penulisan skripsi ini.
7. Staf Fakultas Ilmu Komunikasi, Aji Tina dan Djati atas segala keramahan dan kesabarannya dalam membantu peneliti menyelesaikan berbagai proses administrasi perkuliahan.
8. Berbagai pihak yang tak dapat disebutkan satu per satu yang amat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan berkat dan rejeki pada kalian semua.

Peneliti menyadari tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi referensi bagi pembaca. Terima Kasih.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan Originalitas.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstrac	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah.....	11
I.3. Tujuan Penelitian	11
I.4. Batasan Masalah	11
I.5. Manfaat Penelitian	12
I.5.1. Manfaat Teoritis.....	12
I.5.2. Manfaat Praktis	12

BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS

II.1. <i>Public Relations</i>	13
II.2. Strategi <i>Media Relations</i>	16
II.2.1. Prinsip Membina Hubungan Baik Dengan Pers.....	23
II.2.2. Bentuk Kegiatan Hubungan Media Massa.....	25
II.3. Studi Kasus Sebagai Suatu Strategi Penelitian.....	28
II.4. Bagan Kerangka Berpikir	33

BAB III. METODE PENELITIAN

III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
III.2. Metode.....	35
III.3. Subjek Penelitian.....	36
III.4. Unit Analisis	36
III.5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
III.6. Teknik Analisis Data.....	37
III.7. Teknik Triangulasi Data.....	39
III.7.1. Triangulasi Sumber	40
III.7.2. Triangulasi Teori.....	40

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	41
IV.1.1. Profil PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	41
IV.1.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	41
IV.1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	45
IV.1.1.3. Lokasi Perusahaan	46

IV.1.2. Gambaran Kegiatan <i>Public Relations</i> PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	46
IV.1.2.1. Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	46
IV.1.2.2. Tugas Seksi Hubungan Media	47
IV.1.3. Profil Narasumber	50
IV.1.3.1. Profil <i>Public Relations</i> PT Semen Indonesia (Persero) Tbk ...	50
IV.1.3.2. Profil Wartawan Wawasan Semarang.....	51
IV.2. Temuan Data dan Pembahasan	53
IV.2.1. Kronologi Demonstrasi Pembangunan Pabrik Semen di Rembang	53
IV.2.2. Strategi <i>Media Relations</i> Berperan dalam Pembentukan Opini Publik.....	59
IV.2.3. Media Cetak Sebagai Media Utama dalam Strategi <i>Media Relations</i>	62
IV.2.4. Media Monitoring sebagai Sumber Data Strategi <i>Media Relations</i>	65
IV.2.5. Strategi <i>Media Relations</i> Sebagai Penanganan Kasus.....	70
IV.2.6. Temuan Data.....	54
IV.2.6.1. Prinsip Membina Hubungan Baik dengan Pers	74
IV.2.6.1.1. Memahami dan Melayani Media	74
IV.2.6.1.2. Membangun Reputasi Sebagai Orang yang Dapat Dipercaya.....	75

IV.2.6.1.3. Menyediakan Salinan yang Baik	76
IV.2.6.1.4. Bekerjasama Dalam Penyediaan Materi	78
IV.2.6.1.5. Menyediakan Fasilitas Verifikasi	79
IV.2.6.1.6. Membangun Hubungan Personal yang Kokoh	80
IV.2.6.2. Bentuk Kegiatan Hubungan Media Massa	81
IV.2.6.2.1. <i>Personal Relations</i>	81
IV.2.6.2.2. <i>Press Conference</i>	82
IV.2.6.2.3. <i>Media Visit</i>	83
IV.2.6.2.4. <i>Media Lobby</i>	83
IV.2.6.2.5. <i>Plant Visit</i>	85
IV.2.6.2.6. <i>Media Education</i>	86
IV.2.6.2.7. <i>Media Gathering</i>	86
IV.2.6.2.8. <i>Reward Media</i>	87
IV.2.6.2.9. Pemasangan Iklan	87
IV.2.6.2.10. Konsultan Media	88
IV.2.7. Pembahasan	89
IV.2.7.1. Prinsip Membina Hubungan Baik dengan Pers	92
IV.2.7.2. Bentuk Kegiatan Hubungan Media Massa	99
IV.2.7.2.1. Pendekatan Personal dengan Wartawan	99
IV.2.7.2.1.1. <i>Personal Relations</i>	99
IV.2.7.2.1.2. <i>Press Conference</i>	100
IV.2.7.2.1.3. <i>Plant Visit dan Media Education</i>	101
IV.2.7.2.1.4. <i>Media Gathering</i>	103

IV.2.7.2.1.5. <i>Reward Media</i>	104
IV.2.7.2.2. Pendekatan Institusional dengan Media.....	105
IV.2.7.2.2.1. <i>Media Visit</i>	105
IV.2.7.2.2.2. <i>Media Lobby</i>	105
IV.2.7.2.2.3. Pemasangan Iklan	107
IV.2.7.2.2.4. Konsultasi Media	108
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. Kesimpulan	112
V.2. Saran.....	115
V.2.1. Saran Akademis.....	115
V.2.2. Saran Praktis.....	115
DAFTAR PUSTAKA	116

DAFTAR TABEL

Tabel IV.2.4.1. Rangkuman Media Monitoring Media Cetak	67
Tabel IV.2.4.2. Rangkuman Media Monitoring Kompas	68
Tabel IV.2.6.2.1.1. Kegiatan <i>Personal Relations</i>	82
Tabel IV.2.6.2.4.1. Kegiatan <i>Media Lobby</i>	84
Tabel IV.2.6.2.5.1. Kegiatan <i>Plant Visit</i>	85
Tabel IV.2.6.2.9.1. Kegiatan Pemasangan Iklan.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.6.1. Teknik Analisis Data Kualitatif.....	38
Gambar IV.1.2.1.1. Struktur Organisasi <i>Public Relations</i> PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.....	46
Gambar IV.1.3.1.1. Ahmad Parno Saverillah	50
Gambar IV.1.3.2.1. Sunarto	52
Gambar IV.2.1.1. Klarifikasi PT Semen Indonesia	57
Gambar IV.2.1.2. Kronologi Kasus Pembangunan Pabrik Semen	58
Gambar IV.2.3.1. Kredibilitas Media.....	62
Gambar IV.2.4.1. Lembar Media Monitoring.....	66
Gambar IV.2.6.1.3.1. <i>Press Release</i>	77

DAFTAR LAMPIRAN

1. Wawancara dengan <i>Public Relations</i>	120
2. Wawancara dengan Wartawan.....	136
3. Matrix <i>Review</i> Kasus Demonstrasi	143
4. Matrix Perencanaan, Pengembangan dan Eksekusi <i>Media Relations</i> Public Relations.....	156
5. Matrix Perencanaan, Pengembangan dan Eksekusi <i>Media Relations</i> Wartawan.....	176
6. Matrix Evaluasi <i>Media Relations</i>	182
7. Rangkuman <i>Press Release</i>	186
8. Rangkuman Media Monitoring.....	191
9. Rangkuman Media Monitoring Kompas.....	202
10. Daftar Bentuk Kegiatan <i>Public Relations</i>	208
11. Rangkuman Rekapitulasi Pembuatan Iklan di Media Jawa Tengah	211

ABSTRAK

Meri Meglian NRP.1423011125. Strategi *Media Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk Dalam Menjaga Citra Positif Pada Kasus Proyek Pembangunan Pabrik Semen di Rembang

Media relations bisa diartikan sebagai bagian dari *Public Relations* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Penelitian ini menjabarkan bagaimana strategi *media relations* yang dilakukan guna menjaga citra positif berkaitan dengan kasus proyek pembangunan pabrik semen di Rembang. Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan menggunakan metode studi kasus.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk sudah melakukan bentuk kegiatan hubungan media massa secara optimal. Penelitian ini menemukan *Public Relations* PT Semen Indonesia (Persero) Tbk melakukan sepuluh kegiatan yang terdiri dari *personal relations, press conference, media visit, media lobby, plant visit, media education, media gathering, reward media*, pemasangan iklan, dan konsultan media.

Kata Kunci: *Public Relations, Strategi Media Relations, Studi Kasus*

ABSTRACT

Meri Meglian NRP.1423011125. The Media Relations Strategy of PT Semen Indonesia (Persero) Tbk in Keeping The Positive Image on The Case of Cement Plant Construction Project in Rembang

Media relations can be interpreted as part of external public relations that foster and develop good relations with the mass media as a means of communication between an organization and its public to achieve the organizational goals. This study describes how the media relations strategy was used to maintain the positive image that is related to the case of cement plant construction project in Rembang. The research approach used by the researchers is a qualitative approach, descriptive research, and using the case study method.

Result of the research has shown that the Public Relations of PT Semen Indonesia (Persero) Tbk has already done the mass media relations activities optimally. This research found that the Public Relations of PT Semen Indonesia (Persero) Tbk does ten activities consisting of personal relations, press conference, media visit, media lobby, plant visit, media education, media gathering, reward media, advertising, and media consultant.

Key Words: Public Relations, Media Relations Strategy, Case Study