

**KUALITAS *MEDIA RELATIONS* PT. NEW RATNA MOTOR
DALAM MEMBANGUN RELASI DENGAN MEDIA
BERDASARKAN TEORI *ORGANIZATION PUBLIC
RELATIONSHIP***



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

LIYANA NURATIQAHA ZAKARIA

12 090 4664 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**KUALITAS *MEDIA RELATIONS* PT. NEW RATNA MOTOR DALAM
MEMBANGUN RELASI DENGAN MEDIA BERDASARKAN TEORI
*ORGANIZATION PUBLIC RELATIONSHIP***

SKRIPSI

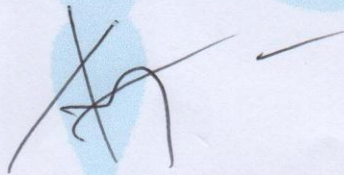
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

LIYANA NURATIQAHA ZAKARIA

120904664 / KOM

Disetujui oleh:



Dr. G. Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg. Comcn

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **KUALITAS *MEDIA RELATIONS* PT. NEW RATNA
MOTOR DALAM MEMBANGUN RELASI DENGAN
MEDIA BERDASARKAN TEORI
*ORGANIZATION PUBLIC RELATIONSHIP***

Penyusun : Liyana Nuratiqah Zakaria

NIM : 12 09 04664

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Rabu/ 03 Juli 2019

Pukul : 12.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran 1 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

Penguji Utama

Dr. G. Arum Yudarwati, S.I.P., M.Mktg. Comcn

Penguji 1

Ina Nur Ratriyana, M.A.

Penguji 2



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Liyana Nuratiqah Zakaria
NPM : 120904664
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Karya Tulis : Kualitas *Media Relations* PT. New Ratna Motor dalam Membangun Relasi dengan Media berdasarkan teori *Organization Public Relationship*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 17 Juni 2019

Yang menyatakan,



Liyana Nuratiqah Zakaria

LIYANA NURATIQAHA ZAKARIA

No. Mhs : 04664 / KOM

**KUALITAS *MEDIA RELATIONS* PT. NEW RATNA MOTOR DALAM
MEMBANGUN RELASI DENGAN MEDIA BERDASARKAN TEORI
*ORGANIZATION PUBLIC RELATIONSHIP***

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada kualitas *media relations* PT. New Ratna dalam membangun relasi dengan media berdasarkan teori *organization public relationship* sebagai perusahaan yang bergerak di bidang otomotif. Penelitian ini menggunakan lima dimensi dari *Organization Public Relationship (OPR)* sebagai acuan untuk meneliti kualitas *media relations* yang dilakukan oleh *Public Relation (PR)* dari PT. New Ratna Motor Semarang dalam membangun relasi dengan media.

Tiga media yang masih intens menjalin relasi dengan PT. New Ratna Motor yaitu Kedaulatan Rakyat (KR), Solo Pos, Radar Semarang. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan kualitas *media relations* PT. New Ratna Motor sebagai gambaran dan strategi manajemen dalam *media relations* bagi praktisi *PR*. Metodologi penelitian yang digunakan yaitu dengan jenis penelitian kualitatif, metode penelitian studi kasus dengan pendekatan riset, teknik wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa kelima dimensi *Organization Public Relationship (OPR)* yang dijalankan oleh PT. New Ratna Motor telah terpenuhi, hal ini dapat dirasakan oleh masing-masing *personal* maupun organisasi yang melakukan hubungan relasi yang berlangsung lama antara 10 sampai 20 tahun. Kelima dimensi tersebut yakni *control mutuality, trust, satisfaction, commitment, exchange relationship, communal relationship*.

Keywords : kualitas *media relations*, relasi, *Organization Public Relationship*.

HALAMAN PERSEMBAHAN



“Mensyukuri hari ini, mengikhhlaskan apa yang telah berlalu”

Terimakasih Allah SubhanaWata’ala atas segala Rahmat dan KuasaMu

Keluarga tercinta, teman-teman, saudara serta orang-orang terkasih

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis haturkan kepada Allah SubhanaWata'ala penulis, karena atas limpahan rahmat dan kuasaNya penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi ini. Melalui laporan Skripsi berjudul “Kualitas *Media Relations* PT. New Ratna Motor dalam Membangun Relasi dengan Media berdasarkan teori *Organization Public Relationship*”

Karya ini penulis persembahkan untuk semua pihak yang telah berpartisipasi dalam proses di dalamnya. Semua pihak yang telah mencurahkan cinta, waktu, tenaga, materi, semangat, bimbingan, kritik serta saran. Merupakan pengalaman berharga mendapat kesempatan melakukan proses dalam membuat skripsi hingga pada penyusunan laporan ini. Oleh karena itu, terima kasih yang tulus penulis ucapkan kepada :

1. Ibu Dr. Gregoria Arum Yudarwati S.I.P.,M.Mktg.Comcn selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas bimbingan, motivasi, dan masukannya sehingga penulis tetap semangat untuk menyelesaikan tanggung jawab Skripsi,
2. Ibu, Ayah, Adik – adik. Terima kasih untuk Ibu dan Ayah untuk dukungan dan doanya selama ini. Terima kasih atas ketulusan hati, cinta dan kasih sayang kepada penulis hingga sampai sekarang ini. Terima kasih untuk adik – adik yang tulus mencintai dan peduli kepada penulis sehingga merasakan kebahagiaan yang tidak dapat diganti oleh apapun di dunia ini.

3. *Marketing Communication* PT. New Ratna Motor. Terima kasih untuk kesempatan dan pengalaman yang telah diberikan. Mas Zaky, terima kasih untuk ilmu dan praktek yang telah diajarkan selama magang dan dalam memberikan bantuan serta meluangkan waktu untuk diwawancarai. Bu Ayu, terima kasih untuk semangat, motivasi yang selalu diberikan kepada penulis.
4. Partisipan dari masing-masing media. Pak Ronydari media Kedaulatan Rakyat, pak Wahyu perwakilan dari Solo Pos, mbak Ida perwakilan dari Radar Semarang. Terima kasih atas waktu dan kesediaan waktunya untuk penulis wawancara, karena tanpa proses ini penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi.
5. Hendrik Jansen Maturbongs. Terima kasih atas semangat, cinta dan kasih sayang sebagai sosok lelaki yang setia menemani penulis hingga saat ini.
6. Saina Aprikani. Terima kasih telah membimbing penulis dan setia dalam menemani dalam proses menyelesaikan Skripsi.
7. Tri Sukma Dewi. Terima kasih atas segala bimbingan dan kebaikan, dan motivasi untuk penulis selama ini

8. Motto Hidup :“Bagaimana engkau ingin sesuatu hal yang luar biasa sedangkan hal yang biasa saja tak pernah kau lakukan”. Segala kritik dan saran akan penulis terima dengan hati yang lapang demi penyempurnaan laporan ini. Akhir kata, semoga laporan ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi civitas akademik dan PT. New Ratna Motor.

Yogyakarta,17 Juni, 2019

Hormat saya,

Liyana Nuratiqah Zakaria

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang	1
B. Rumusan masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Kerangka Teori	8
a. <i>Public Relations (PR)</i>	9
b. <i>Media Relations</i>	11
c. <i>Organization-Public Relationship (OPR)</i>	18
F.Kerangka Konsep.....	22
G. Metodologi Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Metode Penelitian	31
3.Subyek dan Obyek Penelitian.....	32
4.Teknik Pengumpulan Data	33

5. Teknik Analisis dan Interpretasi Data	35
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN & WILAYAH	
PENELITIAN	36
A. Sejarah Singkat PT. New Ratna Motor	36
B. Perjalanan Jaringan Nasmoco.....	38
C. Logo.....	43
D. Makna Logo Nasmoco	42
E. Kegiatan Perusahaan.....	42
F. Struktur Organisasi <i>Marketing Communication</i>	44
G. <i>Job Description Marketing Communication Departement</i> PT. New Ratna Motor	45
H. Komunikasi Eksternal	48
I. Komunikasi Internal	51
J. Konsep <i>Media Relations</i> PT. New Ratna Motor	52
BAB III TEMUAN DATA DAN ANALISIS	56
A. <i>Media Relations</i> di PT. New Ratna Motor	57
1. Konsep <i>Media Relations</i> PT. New Ratna Motor	57
2. Aktivitas <i>Media Relations</i> PT. New Ratna Motor	62
3. Jaringan <i>Media Relations</i> PT. New Ratna Motor	67
4. Kualitas <i>Media Relations</i> menurut PT. New Ratna Motor	71
B. Kualitas <i>Media Relations</i> menurut Partisipan	76
1. Kedaulatan Rakyat	78
2. Solo Pos	90
3. Radar Semarang	102
C. Analisis Kualitas <i>Media Relations</i> PT. New Ratna Motor Semarang...	112
BAB IV PENUTUP	127
A. Kesimpulan	127
B. Saran	131

DAFTAR PUSTAKA 142

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1 Bagan Hubungan Bisnis	39
Gambar2.2 Logo Nasmoco	42
Gambar 2.3 Struktur <i>Marketing Communication</i>	44
Gambar3.1 Toyota <i>IIMS (Indonesia International Motor Show)</i>	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kualitas <i>media relations</i> KR dengan PT. New Ratna Motor.....	89
Tabel 3.2	Kualitas <i>media relations</i> Solo Pos dengan PT. New Ratna Motor	101
Tabel 3.3	Kualitas <i>media relations</i> Radar Semarang dengan PT. New Ratna Motor	111
Tabel 3.4	Ringkasan Hasil Analisis	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi	1
Lampiran 2. <i>Interview Guide</i>	8