

MODEL *PUBLIC RELATIONS* PADA AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS*

(Studi Kasus pada Aktivitas *Media Relations* di *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa*)



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)**

Oleh :

ASTERIA INTAN PERMATASARI

09 09 03831/ Kom

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

Model *Public Relations* pada Aktivitas *Media Relations*

(Studi Kasus pada Aktivitas *Media Relations* di *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa*)

SKRIPSI

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

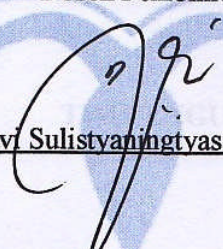
Disusun Oleh:

ASTERIA INTAN PERMATASARI

NIM : 09 09 03831 / Kom

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing


Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Model *Public Relations* pada Aktivitas *Media Relations* (Studi Kasus pada Aktivitas *Media Relations* di *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa*)

Penyusun : Asteria Intan Permatasari

NIM : 090903831 / Kom

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

Hari / Tanggal : Senin, 23 September 2013

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lantai 1

Gedung Kampus FISIP

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji I : Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.

Penguji II : Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si.



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asteria Intan Permatasari
Nomor Mahasiswa : 090903831
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Model *Public Relations* pada Aktivitas *Media Relations*
(Studi Kasus pada Aktivitas *Media Relations* di *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa*)

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 di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan 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 diri sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta,

Saya yang menyatakan,



Asteria Intan Permatasari

ASTERIA INTAN PERMATASARI
03831/ KOM

MODEL *PUBLIC RELATIONS* PADA AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS*
(Studi Kasus pada Aktivitas *Media Relations* di *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa*)

ABSTRAKSI

Aktivitas *media relations* merupakan aktivitas penting yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan segala aktivitas komunikasi di suatu perusahaan tidak lepas dari media massa oleh karena itu penting menjalin hubungan baik dengan media melalui *media relations* yang menjadi tanggung jawab seorang *Public Relations* (PR). Penting bagi seorang PR memahami akan model PR Grunig antara lain *press agentry*, *public information*, *two way asymmetrical model* dan *two way symmetrical model*, karena inti dalam model ini membahas komunikasi dan riset yang juga menjadi dasar kinerja PR.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang dilakukan dalam kasus aktivitas *media relations* di *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa* yang kemudian di analisis menggunakan model PR. Dalam analisis ini juga dijelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi implementasi model PR antara lain budaya organisasi, potensi departemen PR, skema PR dalam organisasi dan media massa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PR *Coordinator Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa* cenderung mempraktikkan model *one way* dilihat dari tujuan komunikasi, sifat komunikasi, bentuk komunikasi dan sifat riset yang dimiliki Sheraton mengarah pada model *public information*. Kecenderungan ini dikarenakan Sheraton merupakan hotel kelas bintang lima bertaraf internasional yang telah memiliki *image* positif di mata publik dan untuk mempertahankan *image* atau mengekspose perusahaan kepada publik caranya ialah dengan aktivitas *media relations* yang sepenuhnya menjadi tanggung jawab PR *Coordinator*. Budaya organisasi partisipatif yang ada di perusahaan ini juga mempengaruhi praktik model PR bahwa dalam setiap penentuan tema acara atau pesan yang nantinya menjadi bahan *press release* perusahaan ini selalu ditentukan melalui *meeting* dengan PR *Coordinator*. *Meeting* ini dilakukan untuk menghasilkan suatu pesan yang sesuai dengan *image* perusahaan yang nanti dapat menjadi nilai berita dan hal ini sesuai dengan model *public information* yang mementingkan suatu kebenaran pesan.

Kata kunci: model PR, PR, *media relations*

*“Berbahagialah, hai kamu yang sekarang ini lapar, karna kamu akan dipuaskan.
Berbahagialah, hai kamu yang saat ini menangis karna kamu akan tertawa.”*

Lukas 6:21

*“Selalu yakin akan suatu hal karena keyakinan akan suatu hal tersebut membuat
hal tersebut terjadi.”*

Special Dedicated to:

Jesus Christ and Saint Mary

My Lovely Family

My great boy

My best friends

*Without your love and support
this would have never been possible*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Bapa Yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan kasih-Nya yang telah dilimpahkan kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini. Penelitian yang berjudul **“Model Public Relations pada Aktivitas Media Relations”** ini, disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung serta memberikan masukan yang positif, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. *The Holy Spirit* “Tuhan Yesus Kristus” dan “Bunda Maria”, segalanya memang Kau buat indah pada waktunya. *I am so grateful.*
2. Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan bijaksana dan sabar memberikan arahan, bimbingan dan masukan dan koreksi untuk penulis. Maafkan atas segala sesuatu yang saya lakukan selama bimbingan Bu, tanpa Ibu skripsi ini tidak bisa sampai ke meja pendadaran. Terima kasih banyak Ibu.
3. Bapak Yohanes Daryanta dan Ibu Christiana Triningsih yang dengan sabar mendidik, merawat, dan senantiasa memberikan kasih sayang kepada anak-anaknya. Terima kasih banyak atas segala bentuk dukungan kalian.
4. Mbak Agnes Yuni Kurnianingsih & Mas Andreas Roni Anom Satria, terima kasih atas semangat sukses dan petuah bijaknya, Mbak Martina

Asri Sasongko Irmawati & Mas Chrisantus Dodik Prianggo Dono Saliro, terima kasih sudah menjadi rumah kedua, untuk pinjaman *printernya* maaf merepotkan. Mbak Cornelia Irawati Mawartiningrum terima kasih sudah mau antar jemput, mendengar keluh kesah, omelan selama ini. Keponakan tercinta Carmeliano Putra Satkura, Clara Celzia Putri Satkura dan Fiorenza Prianggo, terima kasih tawa polos kalian menyadarkanku bahwa saya telah berproses hingga menjadi dewasa sampai saat ini. *May The Lord bless and keep you all.*

5. *My bestfriend also my sister* Rebekka Rismayanti juga mas Dionisius Dimaz Surya Nugraha, kalian memang kakak adik yang hebat. Terima kasih sudah bisa mengenal kalian berdua. Terima kasih Rebek, atas ketulusanmu selalu bisa menaikkan level semangatku, *you're my inspiration, guys*. Terima kasih mas Dimaz, dengan sabar menunggu dalam jarak yang memisahkan, dan selalu membuat tertawa dan menguatkan dalam situasi apapun. *It's so hard to faith these feeling when I doing this thesis. I love u all, so much.*
6. Sahabat terbaik Agnes Anastasia berserta Dimas Tri Anindito Wardani terima kasih saya selalu senang melihat kebersamaan kalian selalu bisa meregangkan otot bibir saya, *hahaha*, segera menyusul ya kalian.
7. Teman seperjuangan Christin Rosamarina, tetap semangat Cha, sedikit lagi juga Wahyu Anggoro yang telah memakai toga terlebih dahulu, terima kasih untuk segala bantuan.

8. PR *Coordinator* Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa, Mas Awang, terima kasih banyak sudah menjadi narasumber yang baik hati dan tidak sombong, *hehe*. maaf sering mengganggu saat jam kerja padat merayap juga *Digital Marketing Specialist* mbak Kiki, terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk wawancara.
9. Pak Beni, Pak Gatut, Mbak Tanti, Mbak Arin, Bu Nastiti, Bu Maya, Bu Lina, juga Pak Wawan rekan kerja yang selalu memberikan dukungan, semangat, kegembiraan dan canda tawa lewat *gojek*an. Akhirnya tonggak *Student Staff* ku akan tergantikan.
10. Semua pihak terkait lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan yang diberikan dapat mendapat balasan dari Allah Bapa Yang Maha Kuasa. Penulis menyadari bahwa karya ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan demi kesempurnaan laporan ini. Semoga karya yang sederhana ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pembaca.

Yogyakarta, September 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan	9
D. Manfaat	9
E. Kerangka Teori.....	10
1. Konteks <i>Public Relations</i>	10
2. <i>Media Relations</i>	12
a) Definisi <i>Media Relations</i>	13
b) Tujuan <i>Media Relations</i>	14
c) Aktivitas <i>Media Relations</i>	15
3. Model <i>Public Relations</i>	19
a) Pemahaman tentang Model.....	19
b) Empat Model <i>Public Relations</i>	21
c) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Model PR.....	31
1) Budaya Organisasi	31
2) Potensi Departemen PR.....	36

3) Skema PR dalam Organisasi	37
4) Media Massa	38
F. Kerangka Konsep.....	44
G. Metodologi Penelitian	55
1. Jenis Penelitian.....	55
2. Metode Penelitian.....	56
H. Teknik Pengumpulan Data.....	57
I. Teknik Analisis Data	58
J. Objek dan Subjek Penelitian.....	61
BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	62
A. Profil <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	62
1. Sejarah Perkembangan <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	62
2. <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	63
3. Filosofi dan Logo	64
4. Struktur Organisasi	67
5. Profil <i>Starwood Hotels and Resorts Worldwide, Inc</i>	77
B. <i>Media Relations</i> di <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	82
BAB III. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	84
A. Hasil Penelitian.....	85
1. Konsep <i>Public Relations</i> di <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	85
2. Konsep Media dan <i>Media Relations</i> di <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	94
3. Tujuan Komunikasi, Sifat Komunikasi, Bentuk Komunikasi dan Riset dalam aktivitas <i>Media Relations</i> di <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	104
B. Analisis Data	129

1. Karakteristik Model PR.....	130
a) Tujuan Komunikasi.....	130
b) Sifat Komunikasi	135
c) Bentuk Komunikasi	137
d) Sifat Riset.....	138
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Model PR	141
a) Budaya Organisasi	141
b) Potensi Departemen PR	148
c) Skema PR dalam Organisasi	152
d) Media Massa	154
1) <i>Media Control</i>	155
2) <i>Media Outreach</i>	158
3) <i>Media Access</i>	160
BAB IV. PENUTUP	164
A. Kesimpulan	164
B. Saran	165
DAFTAR PUSTAKA	167
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa* 67



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Karakteristik Empat Model PR	30
Tabel 1.2. Karakteristik Empat Model berdasarkan Tujuan Komunikasi, Sifat Komunikasi, Bentuk Komunikasi, Riset Komunikasi....	47
Tabel 3.1. Review Karakteristik Model PR berdasarkan Tujuan Komunikasi, Sifat Komunikasi, bentuk Komunikasi dan Sifat Riset <i>Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa</i>	162

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. *Four Models of Public Relations placed on Two Continua*..... 29

Bagan 2.1. *Sheraton Mustika Yogyakarta Resort and Spa Organization*

Chart 76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2. Transkrip Wawancara *Public Relations Coordinator*

Lampiran 3. Transkrip Wawancara *Digital Marketing Specailist*

Lampiran 4. *Press Release Fashion Escapade*

Lampiran 5. Lampiran Foto Wawancara

Lampiran 6. Lampiran Kliping Berita *Fashion Show*