

**STRATEGI HUMAS PT REPUBLIKA MEDIA MANDIRI
JAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI
SEBAGAI MEDIA CETAK NASIONAL**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi
Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**



Oleh

NURLIA PUTRI PRASETIA

1401105047

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA**

2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi Humas PT Republika Media Mandiri Jakarta Dalam
Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Cetak Nasional
Nama : Nurlia Putri Prasetya
NIM. : 1401105047


Setelah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi, dan direvisi sesuai saran
penguji.

Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas : Muhammadiyah Prof. DR. Hamka
Hari : Sabtu
Tanggal : 7 November 2020

Tim Penguji	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	Drs. H. M. Jamil Latief, MM, M.Pd		25/11/20
Sekretaris	Dr. Hj. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd		27/11/20
Pembimbing	Drs. H. Busyra, MM., M.Pd		26/11/20
Penguji I	Moh. Supendi, S.E., M.Pd		26-11-20
Penguji II	Supriansyah, M.Pd		26-11-20

Disahkan oleh,
Dekan,




Dr. Desvian Bandarsyah, M.Pd.
NIDN: 03.1712.6903

ABSTRAK

Nurlia Putri Prasetia: 1401105047. “Strategi Humas PT Republika Media Mandiri Jakarta Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Cetak Nasional”. Skripsi. Jakarta : Program Studi : Ilmu Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Kegiatan Hubungan Masyarakat, (2) Hubungan Media, dan (3) Strategi mempertahankan eksistensi media cetak dalam memberikan konten-konten berita di PT. Republika Media Mandiri Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan dalam penelitian ini sebanyak 5 (lima) orang. Teknik pengumpulan data digunakan wawancara mendalam (*depth interview*). Analisis data digunakan analisis deskriptif dengan uji keabsahan data digunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian dan pembahasan diketahui: (1) Kegiatan Hubungan Masyarakat di PT. Republik Media Mandiri Jakarta yaitu menyusun serta mendistribusikan *news release*, foto-foto dan berbagai artikel untuk kalangan media massa, mengadakan konferensi pers, acara resepsi dan kunjungan kalangan media massa ke organisasi/perusahaan, menjalankan fungsi sebagai penyedia informasi utama bagi kalangan media massa, serta mengatur acara wawancara antara kalangan pers (media cetak), radio, dan televisi dengan pihak manajemen, mengadakan kegiatan sosial *Cooperate Social Responsibility* (CSR), (2) Hubungan Media di PT. Republika Media Mandiri Jakarta sebagai sarana penyebarluasan informasi ke masyarakat terkait kebijakan atau pencapaian perusahaan, serta sebagai wadah untuk membentuk citra baik perusahaan. Menjalin hubungan dengan Media Nasional dan Media Lokal, seperti: Detik.com, Liputan6.com, Kompas, Warta Kota, Tempo, Jawa pos, Pos kota, Neraca, Media Indonesia, Bisnis Indonesia, Rakyat Merdeka, Metro TV, TV One, MNC TV, NetTV, (3) Strategi mempertahankan eksistensi media cetak dalam memberikan konten-konten berita, yaitu melalui tahapan Perencanaan, Pengorganisasian, Pergerakan, Pengawasan dan Proses Liputan.

ABSTRACT

Nurlia Putri Prasetia: 1401105047. *"PT Republika Media Mandiri Jakarta's Public Relations Strategy in Maintaining National Print Media Existence"*. Thesis. Jakarta: Study Program: Economics Education Faculty of Teacher Training and Education Prof. Muhammadiyah University. DR. Hamka, 2020.

This study aims to determine: (1) Public Relations Activities, (2) Media Relations, and (3) Strategies to maintain the existence of print media in providing news content at PT. Republika Media Mandiri Jakarta. The method used in this research is descriptive method with a qualitative approach. The informants in this study were 5 (five) people. Data collection techniques used in-depth interviews (depth interviews). Data analysis used descriptive analysis with data validity test used triangulation of sources.

The results of research and discussion are known: (1) Public Relations Activities at PT. Republik Media Mandiri Jakarta, namely compiling and distributing news releases, photos and various articles for the mass media, holding press conferences, receptions and visits by mass media to organizations / companies, carrying out the function of providing the main information for mass media circles, and arranging interviews between the press (print media), radio, and television with the management, holding Corporate Social Responsibility (CSR) social activities, (2) Media Relations at PT. Republika Media Mandiri Jakarta as a means of disseminating information to the public regarding company policies or achievements, as well as a forum for shaping the company's good image. Establishing relationships with National Media and Local Media, such as: Detik.com, Liputan6.com, Kompas, Warta Kota, Tempo, Jawa Pos, Pos kota, Neraca, Media Indonesia, Bisnis Indonesia, Rakyat Merdeka, Metro TV, TV One, MNC TV, NetTV, (3) Strategies to maintain the existence of print media in providing news content, namely through the stages of Planning, Organizing, Movement, Monitoring and the Coverage Process.

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian	3
C. Pertanyaan Penelitian.....	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II : KAJIAN TEORI	
A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Sub Fokus Penelitian	7
1. Pengertian Hubungan Masyarakat	7
2. Kegiatan Hubungan Masyarakat	10
3. Hubungan Media	13
4. Media Cetak	17
5. Perkembangan Teknologi Komunikasi	26
6. Media Morfosis	30
7. Eksistensi	30
B. Penelitian yang Relevan	33
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Alur Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	39
C. Latar Penelitian	40
D. Metode dan Prosedur Penelitian.....	41
E. Peran Peneliti	42
F. Data dan Sumber Data	43
G. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data.....	45
H. Teknik Analisis Data.....	49
I. Pemeriksaan Keabsahan Data	52
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Obyek Penelitian	54
B. Temuan Penelitian.....	59
C. Pembahasan	71

BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Simpulan.....	80
B. Implikasi.....	81
C. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap organisasi ataupun perusahaan pastilah ingin memiliki penilaian yang baik di mata publik atau masyarakat luas. Hubungan masyarakat atau bisa juga disebut hubungan antarmanusia merupakan hal yang sangat penting kehadirannya sangat dibutuhkan oleh setiap organisasi untuk menjalin hubungan suatu kelompok dengan kelompok, organisasi dengan organisasi, perusahaan dengan perusahaan ataupun suatu lembaga dengan lembaga lainnya.

Hubungan Masyarakat dapat juga dikatakan sebuah seni berkomunikasi dengan publik untuk membangun saling pengertian, menghindari kesalah pahaman dan *mispersepsi*, sekaligus membangun citra positif perusahaan. Seorang komunikator pastilah tidak hanya sekedar mendengar komunikator menyampaikan pembicaraannya tetapi juga melihat bagaimana cara penyampaian, apakah dapat dipercaya dan mampu memberikan kesan menarik dan meyakinkan akan hal yang disampaikan komunikator melalui strategi tatanan kata-kata yang baik dan gerak tubuh yang mendukung.

Hubungan masyarakat tidak hanya bertugas sebagai penyampai informasi manajemen dari perusahaan atau organisasi kepada publiknya, melainkan juga merupakan saluran informasi dari public kepada perusahaan atau organisasi. informasi yang datang dari public merupakan opini public

sebagai *feedback* dari pada informasi yang disalurkan dari perusahaan atau organisasi itu.

Media cetak merupakan salah satu media massa yang populer. Media cetak merupakan media komunikasi yang bersifat tertulis atau tercetak. Media cetak ini merupakan bagian dari saluran informasi masyarakat di samping media elektronik dan juga media digital. Dan di tengah dinamika masyarakat yang demikian pesat, media cetak dianggap sudah tertinggal dibandingkan dengan dua pesaingnya yakni media elektronik dan media digital.

Eksistensi media cetak mulai menurun dengan munculnya teknologi yang ada pada saat ini, teknologi mengubah kebiasaan orang dari membaca buku, koran cenderung saat ini lebih menggunakan perangkat elektronik. Media online memang memberikan konsumsi informasi yang cepat saji dibandingkan dengan media cetak yang tidak bias terus menyajikan berita atau informasi setiap waktu. Dari media online wartawan juga terbantu karena informasi atau berita yang ia buat dapat segera diinformasikan dan disiarkan dengan segera tanpa menunggu waktu seperti pada media cetak seperti koran.

Tantangan yang dihadapi oleh media cetak merupakan bagian dari cara media untuk bisa mendapat keuntungan dan menjaga eksistensinya. Teknologi bukan hanya sebagai hambatan atau sandungan tetapi juga para konsumen informasi yang juga menentukan media apa yang akan dipilih. Media cetak memiliki nilai positif dimana berita yang disajikan lebih akurat karena benar menjaga kelengkapan dan nilai berita dibandingkan media online yang lebih mengejar kecepatan waktu menyajikan berita tanpa memikirkan kelengkapan unsur-unsur berita dan kualitas berita.

Republika adalah koran nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia. Penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang kalangan umat Islam, khususnya para wartawan profesional muda yang dipimpin oleh eks wartawan Tempo, Zaim Uchrowi yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang saat itu diketuai BJ Habibie dapat menembus pembatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitan saat itu memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah. Republika terbit perdana pada 4 Januari 1993.

Perusahaan besar seperti PT. Republika Media Mandiri yang memiliki publik yang tersebar luas di berbagai wilayah Indonesia ini pastilah membutuhkan peran Humas sebagai penyalur informasi dari setiap kegiatan yang perusahaan lakukan terutama untuk mengatasi atau mengantisipasi adanya suatu masalah yang dapat mengancam eksistensi perusahaan media cetak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Strategi Humas PT Republika Media Mandiri Jakarta Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Cetak Nasional”**

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Seorang peneliti haruslah memiliki batasan atau menetapkan pembatasan sebuah masalah dalam sebuah penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat terfokus pada satu titik masalah dan tidak meluas yang artinya tidak keluar dari jalur tema penelitian namun tetap mendalam.

Dengan inilah harus diadakannya fokus penelitian karena dengan diadakannya fokus penelitian yang diteliti akan memunculkan garis besar masalah yang akan dijadikan area spesifik penelitian, yang memuat rincian pernyataan tentang topik-topik yang diungkap dalam penelitian sehingga akan membuat peneliti menjadi lebih terarah.

Fokus penelitian ini adalah **“Strategi Humas PT Republika Media Mandiri Jakarta Dalam Mempertahankan Eksistensi Sebagai Media Cetak Nasional”**.

2. Subfokus Penelitian

- a. Kegiatan Hubungan Masyarakat di PT. Republika Media Mandiri Jakarta.
- b. Hubungan Media di PT. Republika Media Mandiri Jakarta.
- c. Strategi Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Dalam Memberikan Konten- Konten Berita.

C. Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada akar permasalahan dan fokus dalam penelitian, maka pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan Hubungan Masyarakat di PT. Republika Media Mandiri Jakarta?
2. Bagaimana Hubungan Media di PT. Republika Media Mandiri Jakarta?
3. Bagaimana strategi mempertahankan eksistensi media cetak dalam memberikan konten-konten berita?

D. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan tidak lepas dari adanya tujuan yang akan dicapai agar langkah yang dilakukan menjadi jelas dan terarah, demikian pula dengan penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui:

1. Kegiatan Hubungan Masyarakat di PT. Republik Media Mandiri Jakarta.
2. Hubungan Media di PT. Republik Media Mandiri Jakarta.
3. Strategi Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Dalam Memberikan Konten-konten Berita.

E. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan teori tentang analisis kinerja dari humas di PT. Republik Media Mandiri Jakarta.

2. Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menambah wawasan bagi peneliti terutama mengenai ruang lingkup Hubungan Masyarakat, dapat memperoleh pengetahuan mendalam tentang bagaimana Strategi Hubungan Masyarakat dapat mempertahankan suatu eksistensi suatu *object* maupun organisasi ataupun perusahaan.

b. Bagi Program Studi

Hasil penelitian ini diharapkan menambah informasi keilmuan bidang Administrasi perkantoran khususnya mengenai Hubungan Masyarakat,

serta menambah bahan referensi untuk dijadikan acuan pembelajaran dalam memberi informasi kepada mahasiswa serta sebagai bahan masukan dalam pelaksanaan Hubungan Masyarakat di kampus.

c. Bagi Instansi

Sebagai bahan masukan juga referensi dalam pembinaan dan penyempurnaan strategi humas PT Republika Media Mandiri Jakarta dalam mempertahankan eksistensi sebagai media cetak nasional.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- A Muri Yusuf. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Prenadamedia Group
- Agus Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta; Erhlangga
- Dan Lattimore. (2010). *Public Relation Profesi dan Praktik*. Jakarta; salemba Humanika
- Danandjaja. (2011). *Peran Humas Dalam Perusahaan*. Yogyakarta; Graha ilmu
- Danu Priyambodo. (2005). *Menulis Berita di Media Cetak dan Media Elektronik*. Jurnal. Tempo News Room. 2005
- Edy. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: USU Press
- Elvinaro, Ardianto. (2011). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Elvinaro, Ardianto. (2011). *Handbook Of Public Relations*. Bandung; Remaja Rosdakarya.
- Gleen, M.Broom. (2009). *Effective Public Relations*. United State of America
- Laksmi. (2015). *Manajemen Perkantoran Modern*. Jakarta; Rajawali Press
- Lexy J. Moleong. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Scott M. Cutlip. (2011). *Effective Public Relations*. Jakarta; Kencana
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kombinasi Mixed Methods*. Bandung : Alfabeta
- Syaiful Bahri Djamarah. (1996). *Strategi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Jurnal:

Citra Angraini, Yugih Setyanto. (2019). Peranan Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *Jurnal Prologia Vol. 3, No. 2, Desember 2019. EISSN 2598-0777.*

Refi Prafitri. (2008). Peranan Public Relations Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaan Pada Perusahaan Berbasis Agrowisata (Kasus: Kebun Wisata Pasirmukti, Kecamatan Citeureup, Kabupaten Bogor, Propinsi Jawa Barat). *Skripsi*. Program Studi Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.