



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

Istati'in Nafiah (44207120002)

Strategi Komunikasi Harian Umum Berita Kota Dalam Membangun Citra
Sebagai Surat Kabar Metropolitan

xiii + 81 halaman

ABSTRAKSI

Dewasa ini perkembangan bisnis media sudah sangat pesat. Berbagai macam media bermunculan dengan beragam segmentasinya. Kondisi ini mengakibatkan adanya perolehan pendapatan iklan yang semakin kompetitif. Harian umum Berita Kota menjawab tantangan tersebut dengan mengadakan perubahan menjadi surat kabar metropolitan. Yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tahapan-tahapan dan komponen strategi komunikasi yang dilakukan dan apakah citra yang dibangun sebagai surat kabar metropolitan sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh manajemen.

Teori yang mendukung dalam penelitian ini adalah implementasi dari proses public relations yaitu berupa tahapan-tahapan strategi komunikasi yaitu pendefinisian masalah, perencanaan dan program, aksi komunikasi dan evaluasi program. Selain itu strategi yang mantap harus didukung oleh komponen-komponennya yaitu komunikator, pesan, pemilihan media, komunikasi dan efek.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Peneliti mengacu pada teori Onong Uchaja Effendy dalam bukunya Ilmu Komunikasi. Untuk analisis datanya, peneliti menggunakan teknik analisa kualitatif, teknik pengumpulan datanya wawancara mendalam (indepth interview) dan observasi partisipan. Sedangkan pembandingan keabsahan data penulis menggunakan pembandingan yang berasal dari sumber.

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan menganalisis data primer dan sekunder, dapat diketahui bahwa tahapan-tahapan strategi komunikasi belum dijalankan secara penuh oleh Harian Umum Berita Kota, semuanya mengalir begitu saja sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dari kelima komponen, hanya satu yang bisa dijalankan secara maksimal yaitu media komunikasi. Sehingga citra sebagai surat kabar metropolitan belum sepenuhnya melekat di masyarakat.