



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**IDENTIFIKASI MODEL KOMUNIKASI
HUPMAS PT PERTAMINA (PERSERO)
DALAM MEMBINA MEDIA RELATIONS**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Strata I (SI) Ilmu Komunikasi**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh:

**Nama : Yera Yulista
Nim : 04202 -100
Jurusan : Public Relations**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2006



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yera Yulista
NIM : 04202-100
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations
Judul Skripsi : Identifikasi Model Komunikasi Hupmas PT Pertamina
(Persero) dalam Membina Media Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing I

(Irmulan Sati T, SH, M.Si.)

Pembimbing II

(Drs. Gufroni Sakaril)



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PUBLIC RELATIONS

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Yera Yulista
NIM : 04202 – 100
Jurusan : Public Relations
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul : Identifikasi Model Komunikasi Hupmas PT Pertamina
(Persero) dalam Membina Media Relations

Jakarta, Juli 2006

1. Ketua Sidang

Nama: Drs. Riswandi, M. Si.

2. Penguji Ahli

Nama: Ida Anggraeni Ananda, SS, M.Si.

3. Pembimbing I

Nama: Irmulan Sati Tomohardjo, SH, M.Si.

4. Pembimbing II

Nama: Drs. Gufroni Sakaril



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Yera Yulista
NIM : 04202-100
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations
Judul Skripsi : Identifikasi Model Komunikasi Hupmas PT Pertamina (Persero)
dalam Membina Media Relations

UNIVERSITAS Jakarta, Juli 2006
MERCU BUANA
Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing I

Irmulan Sati T, SH, M.Si.

Pembimbing II

Drs. Gufroni Sakaril

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Diah Wardhani, M.Si.

Ketua Bidang Studi

Irmulan Sati T, SH, M.Si.



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

*"Aku tidak menciptakan jin dan manusia
melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku"*

(Az-Zariyat Ayat 56)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalammu'alaikum Wr .Wb.

Membangun *media relations* dengan baik adalah salah satu cara yang dapat dilakukan oleh PR ketika ingin menciptakan serta mempertahankan reputasi suatu perusahaan. Model komunikasi untuk membina *media relations* tersebut begitu banyak, salah satu nya seperti yang dituturkan oleh James E.Grunig dalam empat model komunikasinya yakni Propaganda/*Press Agency*, Informasi Publik/*Public Information*, Asimetris Dua Arah/*Two-way Asymmetric* dan Simetris Dua arah/*Two-way Symmetric*.

Pengidentifikasian model komunikasi dalam membina *media relations* ini juga dilakukan oleh penulis yakni melalui penelitian yang dituangkan dalam penulisan skripsi mengenai "Identifikasi Model Komunikasi Hupmas PT Pertamina (Persero) dalam Membina *Media Relations*".

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan Alhamdulillahil'alamiin, segala puji bagi Allah SWT Sang Penguasa segalanya karena atas seizin dan kehendak-Nya lah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk mendapatkan gelar Strata Satu (SI) dengan banyak menemui kemudahan selama menjalani penulisan ini.

Tak lupa pula penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan *support*, bimbingan serta do'a dalam penyusunan skripsi ini, terhitung awal Februari hingga Juni 2006, yang diperuntukkan kepada:

1. Ibu Irmulan Sati Tomohardjo, SH. M.Si. selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus Pembimbing I skripsi penulis.
2. Bapak Drs.Gufroni Sakaril selaku dosen dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi penulis.
3. Ibu Dra.Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dra. Agustina Zubair, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Ida.A.Ananda, SS, M.Si, Ibu Helena Olli, Ibu Marhaeni S.Sos, M.Si, Bapak Rofiqul Umam, serta seluruh staf pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membagikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama dibangku kuliah yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
6. Staf-staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Abadi Poernomo selaku Kepala Divisi Hupmas PT Pertamina (Persero).
8. Mas Harun selaku Asisten Manajer Hubungan Pers, Mba' Kitty dan Mas Rifki selaku staf yang ada di Hupmas Bagian Hubungan Pers serta para Asmen dan Staf Hupmas lainnya di kantor Pertamina Pusat yang tidak dapat disebutkan penulis satu-persatu.

9. Tersayang, tercinta teruntuk Ayahanda Ismi Muhammad dan Mamak Asmah terimakasih atas do'a, *support* serta kepeduliannya selama ini. *I'll Proud 2 B U're Daughter.*

10. Kedua Adikku tersayang Ferra Fahriani alias Dede' dan Ilham Egi Yansah alias Tutut alias Iam terimakasih atas *support* serta kepeduliannya selama ini.

12. Sahabat-sahabat ku Ber-Seven Tu2t, Iis, Reni, Sekar, Sepaket (Hersa n Dun) yang selalu optimis sukses dan semangat 45!. Happy and Sad Together!

13. Mba'Mike, Rika, Lienda, Ana, Tari dan Rachma serta

14. K'Hartoyo (Toyo'), Irul, dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan do'anya selama ini.

Penulis juga menyadari sebagai hamba Allah, penulis tidak luput dari kekurangan, khususnya pada penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mohon maaf kepada semua pihak apabila terjadi kekhilafan dalam penulisan ini. Demi kemajuan penulis dan perbaikan tulisan ini pula maka penulis membuka kesempatan bagi siapa saja yang ingin memberikan saran dan kritik sehubungan dengan penulisan skripsi ini.

Terakhir penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat untuk kekayaan informasi bagi penulis sendiri khususnya dan bagi pihak lain yang membacanya. Amin. Semoga Allah SWT Yang Maha Rahman, Maha Rahim selalu memberi keberkahan dalam hidup kita. Amin. Sekian.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb.

Jakarta, Juni 2006

Yera Yulista

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Signifikansi Penelitian	8
1.4.1. Signifikansi Teoritis	8
1.4.2. Signifikansi Praktis	8

BAB II	KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1.	Komunikasi Organisasi	9
2.2.	Pengertian, Fungsi, Peran dan Tugas <i>Public Relations</i>	11
2.2.1.	Pengertian <i>Public Relations</i>	11
2.2.2.	Fungsi <i>Public Relations</i>	12
2.2.3.	Peran <i>Public Relations</i>	14
2.2.4.	Tugas <i>Public Relations</i>	16
2.3.	Pengertian <i>Stakeholder</i>	18
2.3.1.	<i>Stakeholder</i> Internal	20
2.3.2.	<i>Stakeholder</i> Eksternal	23
2.4.	Pengertian <i>Media Relations</i>	34
2.5.	Jenis Media Massa dan Tenggat Waktu	35
2.6.	Prinsip-Prinsip Kerja Media Massa	38
2.7.	Strategi Menghadapi Wartawan	42
2.8.	Fungsi Komunikasi Massa	44
2.9.	Unsur-Unsur Berita	48
2.10.	Bentuk-Bentuk Aktivitas Komunikasi dengan Pers	49
2.11.	Model Komunikasi <i>Public Relations</i>	52
2.11.1.	Pengertian Model Komunikasi dan Macam Model Komunikasi.....	52
2.12.	<i>Media Relations</i> dalam Internet	55

BAB III	METODOLOGI	58
3.1.	Tipe Penelitian	58
3.2.	Metode Penelitian	57
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	59
3.3.1.	Data Primer	59
3.3.2.	Data Sekunder	60
3.4.	<i>Key Informan</i>	60
3.5.	Definisi Konsep	61
3.5.1.	Identifikasi	61
3.5.2.	Model	61
3.5.3.	Model Komunikasi	61
3.5.4.	Jenis-Jenis Model Komunikasi	62
3.5.5.	<i>Media Relations</i>	63
3.6.	Fokus Penelitian	63
3.7.	Teknik Analisa Data	65
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1.	Obyek Gambaran Umum Sejarah Pertamina	66
4.1.1.	Visi, Misi dan Tata Nilai PT Pertamina	
	(Persero)	70
4.1.1.1.	Visi	70
4.1.1.2.	Misi	70

4.1.1.3. Tata Nilai Pertamina.....	70
4.1.2. <i>Good Corporate Governance</i>	71
4.1.3. Struktur Organisasi Pertamina dan Tupoksi	
Hupmas Pertamina	71
4.1.3.1. Struktur Organisasi Pertamina	71
4.1.3.2. Pokok-pokok reposisi Peran Fungsi- fungsi Korporat	72
4.2. Hasil Penelitian	79
4.2.1. Model Agensi Pers/Propaganda/ <i>Press Agency</i>	80
4.2.2. Model Informasi Publik/ <i>Public Information</i>	87
4.2.3. Model Asimetris Dua Arah/ <i>Two-way Asymmetric</i>	95
4.2.4. Model Simetris Dua Arah/ <i>Two-way Symmetric</i>	98
4.3. Analisa Data	106
BAB V PENUTUP	130
5.1. Kesimpulan.....	130
5.2. Saran.....	133

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PROFIL PENELITI

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Jenis Media dan Tenggat Waktu.....	37
Tabel II.2 Grunig's <i>Models Of Public Relations</i>	54
Tabel IV.3 Implementasi Model Komunikasi James E. Grunig di Hupmas PT Pertamina dalam <i>media relations</i>	117



DAFTAR GAMBAR

- Gambar I Konferensi Pers
- Gambar II Konferensi Pers Lawe-Lawe
- Gambar III *Press Visit* di Unit Pengolahan VI Balongan, Indramayu, Jabar
- Gambar IV *Press Visit* di Unit Pengolahan VI Balongan, Indramayu, Jabar
- Gambar V Seminar Orientasi Wartawan
- Gambar VI Seminar Orientasi Wartawan
- Gambar VII *Management Visit* di kantor redaksi Kompas
- Gambar VIII *Management Visit* di kantor redaksi Kompas
- Gambar IX Acara Pertamina *Press Award*
- Gambar X Acara Pertamina *Press Award*



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Interviewed guide* untuk Kepala Divisi Hupmas PT Pertamina (Persero)
- Lampiran 2 *Interviewed guide* untuk Asisten Manajer Hubungan Pers
- Lampiran 3 *Interviewed guide* untuk wartawan/reporter media massa
- Lampiran 4 Transkrip wawancara dengan Kepala Divisi Hupmas PT Pertamina (Persero)
- Lampiran 5 Transkrip wawancara dengan Asisten Manajer Hubungan Pers PT Pertamina (Persero)
- Lampiran 6 Transkrip wawancara dengan wartawan Kompas
- Lampiran 7 Transkrip wawancara dengan wartawan Media Indonesia
- Lampiran 8 Transkrip wawancara dengan reporter Metro TV
- Lampiran 9 Transkrip wawancara dengan reporter RRI
- Lampiran 10 Transkrip wawancara dengan wartawan Detik.com
- Lampiran 11 Surat izin penelitian
- Lampiran 12 Surat izin wawancara
- Lampiran 13 Struktur Organisasi PT Pertamina (Persero)
- Lampiran 14 Struktur Sekretaris Perseroan PT Pertamina (Persero)
- Lampiran 15 *Job Desk* Hupmas PT Pertamina (Persero)
- Lampiran 16 Loggo PT Pertamina (Persero)

- Lampiran 17 *Press Release* PT Pertamina (Persero) periode 14 Maret 2004
- Lampiran 18 *Press Release* PT Pertamina (Persero) periode 18 Oktober 2004
- Lampiran 19 *Press Release* PT Pertamina (Persero) periode 22 November
- Lampiran 20 *Press Release* PT Pertamina (Persero) periode 4 Agustus 2005
- Lampiran 21 *Press Release* PT Pertamina (Persero) periode 11 Oktober 2005
- Lampiran 22 *Media monitoring* (kiping Media Indonesia) periode 19 Oktober 2004
- Lampiran 23 *Media monitoring* (kiping Kompas) periode 23 November 2004
- Lampiran 24 *Media monitoring* (kiping Kompas) periode 4 Agustus 2005
- Lampiran 25 Surat Hak Jawab PT Pertamina (Persero)
- Lampiran 26 *Draft Judul Press Release* Hupmas PT Pertamina (Persero) periode 2003- 2005
- Lampiran 27 *Newsletter* PT Pertamina (Persero)

