



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

Yera Yulista (04202-100)

Identifikasi Model Komunikasi Hupmas PT Pertamina (Persero) dalam
Membina *Media Relations*

Ix + 133 halaman : 3 Tabel + 27 Lampiran + 10 Gambar

Bibliografi : 16 acuan (1992-2005)

ABSTRAKSI

Membina hubungan baik dengan media massa yang baik merupakan kunci kesuksesan sebuah hubungan antara pihak perusahaan dengan pihak media massa. Hal ini dikarenakan adalah satu-satunya *stakeholder* perusahaan yang dapat membantu mewujudkan visi dan misi perusahaan untuk menyebarkan informasi kepada *stakeholder* dalam jumlah yang luas serta tidak terbatas sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai dengan adanya pembinaan *media relations* yang baik dalam istilah *Public Relations*.

Untuk membina hubungan dengan media massa yang dapat menciptakan mutualisme yang menguntungkan ini tentunya tidak hanya sekadar dari menjalani sejumlah aktivitas komunikasi yang bersifat formal saja yang dibutuhkan namun juga aktivitas komunikasi yang bersifat informal. Hal ini tentunya semua tergantung dari kebijakan masing-masing PR perusahaan dalam menilai sejauh mana arti penting keberadaan media massa ini bagi perusahaannya. James E. Grunig menuturkan ada empat model komunikasi yang dapat dilakukan oleh PR dalam membina *media relations* yakni model komunikasi *Press Agency*, *Public Information*, *Two-way Asymmetric* dan *Two-way Symmetric* dengan karakter masing-masing.

Penulis mencoba menjawab teori James E. Grunig melalui penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi model komunikasi apa yang dominan dilakukan oleh Hupmas Pertamina selama membina *media relations* dalam kurun waktu 2001-2005 dengan menggunakan penelitian eksploratif, menggunakan metode penelitian studi kasus.

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dengan menganalisis data primer dan sekunder tersebut dapat disimpulkan bahwa model komunikasi yang dominan diimplementasikan Hupmas Pertamina selama membina *media relations* adalah model komunikasi *Two-way Symmetric* dan *Public Information* sedangkan untuk model komunikasi *Press Agency* dan *Two-way Asymmetric* masih diterapkan namun hanya menggunakan karakteristik tertentu saja.