



**“STRATEGI PUBLIC RELATIONS PULAU UMANG RESORT HOTEL
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
PASCA PEMBERITAAN GEMPA BUMI TAHUN 2006
DI MEDIA MASSA”**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

DIAN AGUSTINE
44208120046

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. LATAR BELAKANG	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1-4
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis.....	5-6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	7-8
2.1.2 Proses Komunikasi.....	9-10
2.1.3 Faktor Penunjang Komunikasi Efektif.....	10-11
2.1.4 Lingkup Komunikasi.....	11-13
2.2 Public Relations.....	13-14
2.2.1 Pengertian Public Relations.....	14-17
2.2.2 Peran Public Relations.....	17-19
2.2.3 Fungsi Public Relations.....	19-21
2.2.4 Strategi Public Relations.....	21-30
2.3 Komunikasi Massa.....	31-33
2.3.1 Media Massa.....	33-35
2.3.1.1 Media Cetak.....	35-38
2.3.1.2 Media Elektronik.....	38-41
2.3.1.3 Media Internet.....	41-42
2.3.1.4 Bagian Penting Tentang Media Massa.....	42-45
2.3.2 Media Relations.....	45-47
2.3.2.1 Fungsi Dan Tujuan Media Relations.....	47-52
2.3.2.2 Bentuk Kegiatan Media Relations.....	52-55
2.3.2.3 Media Relations di Saat Krisis.....	55-58
2.4 Citra	
2.4.1 Pengertian Citra.....	58-60
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	61
3.2 Metode Penelitian.....	61-62
3.3 Subyek Penelitian.....	62

3.4 Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1 Data Primer.....	62-63
3.4.2 Data Sekunder.....	63
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	
3.5.1 Definisi Konsep.....	63-64
3.5.2 Fokus Penelitian.....	64-66
3.6 Teknik Analisis Data.....	66
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	66-67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	
4.1.1 Profil Pulau Umang resort hotel.....	68-81
4.1.2 Visi dan Misi Pulau Umang resort hotel.....	81-82
4.1.3 Struktur Organisasi.....	82
4.1.4 Tugas Public Relations Pulau Umang resort hotel.....	83-85
4.2 Hasil Penelitian	
4.2.1 Deskripsi Penemuan.....	85-89
4.2.2 Strategi Pulau Umang Untuk Dikenal Oleh Publik.....	89-93
4.2.3 Strategi Public Relations Pasca Gempa Tahun 2006....	93-99
4.2.4 Strategi Membangun Citra Positif Pulau Umang.....	99-105
4.3 Hasil Analisis Data.....	105-111
4.4 Pembahasan.....	112-117

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	118-119
5.2 Saran.....	119-121

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR LAMPIRAN

1. LAMPIRAN 1
 - Hasil Wawancara
2. LAMPIRAN 2
 - Profile Pulau Umang
 - Struktur Organisasi
 - Ujungkulon Conservation Society (UCS)
 - Ujungkulon Tourism Development Center (UTDC)
3. LAMPIRAN 3
 - Media Plan Schedule 2010
 - Media Promosi Pulau Umang
 - Iklan Display Pulau Umang
4. LAMPIRAN 4
 - Pemberitaan Gempa di Media Massa
5. LAMPIRAN 5
 - Press Release pasca gempa 19 Juli 2006
 - Press Conference 3 Agustus 2006
 - Media Gathering 6-7 Agustus 2006
 - Liputan Pulau Umang di Media Pasca Gempa Tahun 2006
6. LAMPIRAN 6
 - Informasi dari BMKG (Badan Meteorologi & Geofisika)
7. LAMPIRAN 7
 - Pemberitaan Gunung Anak Krakatau
 - Informasi Badan Geologi Pusat Vulkanologi Dan Mitigasi Bencana Geologi
8. LAMPIRAN 8
 - Press Release Pulau Umang

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim...

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur di panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran serta kondisi fisik yang sehat, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul **“Strategi Public Relations Pulau Umang Dalam Membangun Citra Pasca Pemberitaan Gempa Tahun 2006 Di Media Massa”** guna menyelesaikan kuliah di Universitas Mercu Buana fakultas ilmu komunikasi jurusan Hubungan Masyarakat dengan gelar Sarjana Strata Satu (S1).

Setelah melakukan penelitian ini, penulis dapat mencermati tentang strategi yang dilakukan oleh Public Relations dalam sektor industri pariwisata pantai, yakni Pulau Umang resort hotel yang merupakan hotel bertaraf bintang empat yang bertempat di lokasi yang sangat rentan dengan pemberitaan media massa mengenai gempa, gelombang tinggi dan juga cuaca buruk. Strategi Public Relations Pulau Umang yang telah dilakukan adalah dengan melakukan *Publication* melalui media cetak dan elektronik, mengadakan *Event* yang bertujuan untuk meningkatkan *branding awareness*, menciptakan *News* dengan aktif membuat *press release* serta informasi mengenai kondisi Pulau Umang yang aman dan nyaman, dan juga melakukan kegiatan *Social Responsibility* dengan bekerja sama melalui Ujung kulon Conservation Society dengan menjalankan

program – program sosial serta kegiatan kepedulian terhadap alam untuk membentuk citra positif Pulau Umang di mata publik.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan banyak pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besar nya kepada :

1. Bapak Drs.Nono Sungkono, MM. sebagai pembimbing yang telah dengan sabar membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Dra. Diah Wardhani, M.Si.
3. Ketua Program Bidang Studi Hubungan Masyarakat Universitas Mercu Buana, Drs.Juwono Tri Atmodjo, M.Si.
4. Bapak Drs. A. Rahman, MM., M.Si. sebagai Ketua Sidang yang telah memimpin jalannya sidang skripsi ini dengan baik.
5. Bapak Farid Hamid S.Sos., M.Si. sebagai penguji ahli terima kasih telah menguji penulis sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan studi di universitas Mercu Buana.
6. Suami tercinta Hendro S.Priyanto yang selalu memberi dukungan dan cinta setiap tarikan nafas penulis.
7. Alfath Syahmi Hean sebagai putra penulis yang selalu menjadi penyemangat dan membuat penulis selalu ingin menjadi yang terbaik.
8. Mama dan Bapak tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayang dan doa.
9. Mertua tercinta yang selalu memberi perhatian dan doa.

10. Mbak Nuniek Nuriani dan mas Ipey Miyasaka kakakku tercinta serta si cantik keponakanku Azusa chan, Adik tersayang M.Rio Sofwan dan Nurfitriani , kalian selalu memberikan semangat dan doa kepada diriku.
11. Para dosen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
12. Bapak Christian Halim sebagai Presiden Direktur Pulau Umang yang telah membantu memberikan informasi dan kesempatan dalam penulisan skripsi ini.
13. Chika, Ipeh, Puput, Tia – The Jefkins team, Yesvi, dan semua teman – teman PR14 yang selalu saling memberi dukungan.
14. Serta pihak lain yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat dituliskan satu – persatu.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan informasi khususnya bagi yang ingin mengetahui sttrategi Public Relations di sektor pariwisata, walaupun penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Sekali lagi penulis sampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya untuk semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Jakarta, Februari 2011

Penulis