



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PERHIMPUNAN
HUBUNGAN MASYARAKAT INDONESIA (PERHUMAS
INDONESIA) DALAM MENGELOLA REPUTASI
ORGANISASI (STUDI KASUS PADA 50 TAHUN PERHUMAS
INDONESIA)**

Skripsi

Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Ensi Rama Putra

44218120046

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ensi Rama Putra
NIM : 44218120046
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 3 Mei 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



(Ensi Rama Putra)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ensi Rama Putra
NIM : 44218120046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi *Public Relations* Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS Indonesia) Dalam Mengelola Reputasi Organisasi (Studi Kasus Pada 50 Tahun PERHUMAS Indonesia)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing 1 : Anindita, S.Pd, M.I.Kom

NIDN : 0306018903

Ketua Penguji : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

NIDN : 0318116602

Penguji Ahli : Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN : 0322029302

()
()
()

Jakarta, 27 Juni 2023

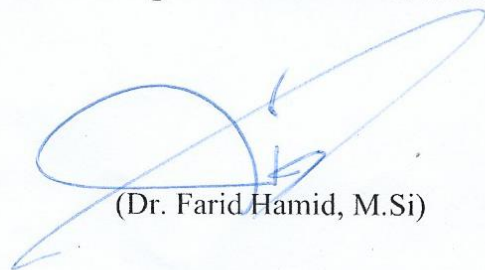
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ensi Rama Putra
NIM : 44218120046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : Strategi *Public Relations*
Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS Indonesia)
Dalam Mengelola Reputasi Organisasi (Studi Kasus Pada 50 Tahun PERHUMAS Indonesia)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul diatas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penicpta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Mei 2023

Yang menyatakan,



(Ensi Rama Putra)

ABSTRAK

Nama : Ensi Rama Putra
NIM : 44218120046
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi *Public Relations* Perhimpunna Hubungan Masyarakat Indonesia (Perhumas) Dalam Mengelola Reputasi Organisasi (Studi Kasus Pada 50 Tahun Perhumas)
Pembimbing : Anindita, S.Pd., M.Ikom

Bibliografi: 5 Bab 92 Hal + Lampiran + 21 Buku + 3 Internet

Reputasi merupakan persepsi yang menggambarkan keseluruhan perilaku organisasi itu sendiri beserta hubungannya dengan para *Stakeholder* yang terbentuk seiring berjalannya waktu. Sebagai salah satu organisasi keprofesian *Public Relations* tertua di Indonesia yakni, Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS) selalu berusaha dan konsisten dalam menjaga reputasinya. Salah satu yang dilakukan adalah dengan melakukan Strategi *Public Relations* Perhimpunna Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS) Dalam Mengelola Reputasi Organisasi (Studi Kasus Pada 50 Tahun Perhumas) untuk membentuk citra positif publik.

Penelitian ini menggunakan konsep strategi *Public Relations* dalam mengelola reputasi organisasi PERHUMAS, yaitu *fact finding*, *planning*, *acting & communicating*, dan *evaluation*. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif.

Metode yang digunakan adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara secara mendalam dengan Ketua Umum, Dewan Kehormatan, Ketua Bidang, dan Tim Sekretariat.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, PERHUMAS pada tahapan *fact finding*, melakukan analisa untuk mengatasi publik internal mereka. Pada tahapan *planning*, PERHUMAS membuat tahapan program dengan tujuan agar publik mengetahui tentang ilmu kehumasan. Lalu pada tahapan *acting & communication*, melakukan program sesuai dengan tujuan. Kemudian pada tahap *evaluation*, PERHUMAS melakukan evaluasi untuk publik internal dan publik eksternal sebagai bahan pertimbangan. PERHUMAS sudah berhasil membentuk reputasi organisasinya.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi, *Public Relations*, Reputasi, Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS)

ABSTRACT

Name : Ensi Rama Putra
NIM : 44218120046
Study Program : Faculty of Communications
Title Report : Public Relations Strategy of the Indonesian Public Relations Association (PERHUMAS) in Managing Organizational Reputation (Case Study on 50 Years of Public Relations)
Counsellor : Anindita, S.Pd., M.Ikom

Bibliografi: 5 Chapters 92 Pages + Attachment + 21 Books + 3 Internet

Reputation is a perception that describes the overall behavior of the organization itself and its relationship with stakeholders that is formed over time. As one of the oldest Public Relations professional organizations in Indonesia, the Indonesian Public Relations Association (PERHUMAS) always tries and is consistent in maintaining its reputation. One of the things that were done was to carry out the Public Relations Strategy of the Indonesian Public Relations Association (PERHUMAS) in Managing the Reputation of the Organization (Case Study on 50 Years of Public Relations) to form a positive public image.

This research uses the concept of Public Relations strategy in managing the reputation of the Public Relations organization, namely fact-finding, planning, acting & communicating, and evaluation.

The type of research used is qualitative research. The method used is a case study with its data collection technique using in-depth interviews of the Chairman, Honorary Council, Head of Field, and Secretariat Team.

Based on the results of the study, shows that Public Relations at the fact-finding stage, analyze to overcome their internal public. At the planning stage, Perhumas makes program stages intending to let the public know about public relations science. Then at the acting & communication stage, carry out the program according to the objectives. Then at the evaluation stage, Perhumas evaluates the internal public and the external public consideration. Perhumas has already managed to shape the reputation of its organization.

Keywords: Strategy, Communications, Public Relations, Reputation, Indonesian Public Relations Association (PERHUMAS).

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Public Relations* Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS Indonesia) dalam Mengelola Reputasi Organisasi (Studi Kasus pada 50 Tahun PERHUMAS Indonesia)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana. Selain itu, juga sebagai pengalaman penulis guna mempelajari lebih dalam mengenai dunia *Public Relations* yang telah dipelajari selama perkuliahan dan dunia kerja.

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu karena dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Anindita, S.Pd, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu sabar memberikan arahan, bimbingan serta semangat kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana serta sebagai dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi.
4. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Kepala Biro Sekretariat Universitas dan Dosen Pembimbing Akademik.
5. Kedua orang tua, Agil Setiadi dan Nurlita atas doa dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi.

6. Pihak Perhimpunan Hubungan Masyarakat Indonesia (PERHUMAS Indonesia) Bapak Agung Laksamana, Bapak Boy Kelana Soebroto, Bapak Ahmad Maulana Hafid Gautama, Mas Willy Bachtiar, Mba Anggia Bahana Putri yang telah membantu penulis dalam mendapatkan informasi yang penulis butuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Lisa Puspita Amalia selaku kakak yang selalu mendukung dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Elita Putri Pradipta selaku pasangan yang telah membantu dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
9. M. Pandu Ariane selaku Ketua PERHUMAS Muda Jakarta Raya yang turut melakukan *support* terbaiknya dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Guntur Mahatamtama, Melati Oktari, Raden Fadlan, Alif Baihaqi selaku teman yang telah membantu dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
11. Bapak dan Ibu anggota PERHUMAS yang telah membantu dan memberi dukungan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Selain itu penulis juga menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada. Terima kasih.

Depok, 19 Juni 2023

Ensi Rama Putra

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
1.4.3 Manfaat Sosial.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Komunikasi	23
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	23
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi.....	24
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi.....	25
2.2.2 Public Relations	26
2.2.3 Strategi	35
2.2.3.2 Peranan Strategi	36
2.2.3.3 Tingkatan Strategi	37
2.2.4 Reputasi.....	40
2.2.4.2 Sisi Reputasi.....	41
2.2.4.3 Peran Reputasi.....	42
2.2.4.4 Manfaat Reputasi Organisasi	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Subyek Penelitian.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Data primer	50
3.4.2 Data sekunder.....	50

3.5	Teknik Analisis Data.....	51
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1	Profile dan Sejarah PERHUMAS	54
4.1.2	Visi dan Misi Organisasi.....	56
4.1.3	Logo Organisasi	57
4.1.4	Struktur Organisasi	57
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Identifikasi Reputasi PERHUMAS	58
4.2.2	Strategi Public Relations PERHUMAS	60
4.3	Pembahasan.....	71
4.3.1	Strategi Public Relations PERHUMAS Dalam Mengelola Reputasi Organisasi.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	86
5.2.1	Saran Akademis	86
5.2.2	Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN		92
Lampiran 1		92
Lampiran 2.....		95
Lampiran 3.....		117
Lampiran 4.....		118

