



**STRATEGI KOMUNIKASI DEWAN PERS
TENTANG PENDATAAN PERUSAHAAN PERS**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

OLEH

IMAM SUWANDI

NIM: 55221110024

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



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Imam Suwandi
NIM : 55221110024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Politik
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Komunikasi Dewan Pers
Tentang Pendataan Perusahaan Pers.

Jakarta, Selasa, 3 Oktober 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing


(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Strategi Komunikasi Dewan Pers
Tentang Pendataan Perusahaan Pers
Nama : Imam Suwandi
NIM : 55221110024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Politik

Jakarta, Selasa, 3 Oktober 2023

UNIV Mengetahui, T A S

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si.)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Suraya, M.Si.)
3. Pembimbing :
(Dr Farid Hamid Umarella, M.Si.)

(.....)

(.....)

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Strategi Komunikasi Dewan Pers
Tentang Pendataan Perusahaan Pers.
Nama : Imam Suwandi
NIM : 55221110024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Politik

Jakarta, Selasa, 3 Oktober 2023
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si.)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Suraya, M.Si.)
3. Pembimbing :
(Dr Farid Hamid Umarella, M.Si.)

(.....)

(.....)

(.....)

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Imam Suwandi
NIM : 55221110024
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Politik
Judul Karya Akhir/Tesis : Strategi Komunikasi Dewan Pers
Tentang Pendataan Perusahaan Pers.

Jakarta, Selasa, 3 Oktober 2023

UNIVERSITAS Dosen Pembimbing S

MERCU BUANA



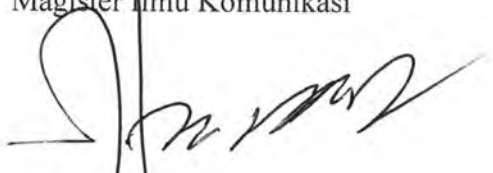
(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama. : Imam Suwandi
NIM. : 55221110024
Program Studi. : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi. : Komunikasi Politik

dengan judul “Strategi Komunikasi Dewan Pers Tentang Pendataan Perusahaan Pers”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada Sabtu, 30 September 2023, didapatkan nilai persentase sebesar 30%.



Jakarta, Sabtu, 30 September 2023
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA 

Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Strategi Komunikasi Dewan Pers
Tentang Pendataan Perusahaan Pers
Nama : Imam Suwandi
N I M : 55221110024
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Komunikasi Politik
Tanggal : Selasa, 3 Oktober 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Selasa, 3 Oktober 2023



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayahNya sehingga penelitian tesis berjudul 'Strategi Komunikasi Dewan Pers dalam Pendataan Perusahaan Pers' di Indonesia selesai dengan luar biasa. Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan dan kekurangan. Peneliti juga mengakui bahwa penelitian ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Suraya, M.Si., selaku dosen penguji (penelaah) yang telah memberikan masukan dan kritik yang membangun kepada peneliti dalam penyempurnaan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M. Si., selaku Ketua Sidang Akhir dalam menyelesaikan tugas penelitian tesis ini.
4. Bapak Dr. Heri Budiarto, M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk menempuh pendidikan di program studi ini.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pelayanan kepada peneliti selama menempuh pendidikan di program studi ini.
6. Seluruh staf dan karyawan di sekretariat Dewan Pers, tim komunikasi, konstituen Dewan Pers, lembaga pers, dan perusahaan pers yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi informasi kepada peneliti dalam rangka pengumpulan data untuk penelitian ini. Terutama kepada narasumber/informan dari Dewan Pers yakni Bapak Hendry Ch Bangun, Wakil Ketua Dewan Pers (periode 2019-2022), Bapak Dr. Asep Setiawan anggota Dewan Pers (periode 2019-2022) selaku Ketua Komisi Pemberdayaan Organisasi, Bapak Ahmad Djauhar, anggota Dewan Pers (periode 2019-2022) selaku Ketua Komisi Penelitian, Pendataan, dan Ratifikasi Pers, Ibu Dr Ninik Rahayu, Ketua Dewan Pers (periode 2022-2025), Bapak Asmono Wikan, anggota Dewan Pers (periode 2022-2025) selaku Ketua Komisi Informasi dan Komunikasi, Bapak Atmaji Sapto Anggoro, anggota Dewan Pers (periode 2022-2025) selaku Ketua Komisi Penelitian, Pendataan, dan Ratifikasi Pers, dan Bapak Syaefudin selaku Sekretaris Dewan Pers.
7. Kepada kedua orang tua saya Bapak Alm. Abdul Wachid dan Ibu Subaktutik yang telah melahirkan, mencukupi kebutuhan, dan selalu memberi dukungan serta mendoakan yang terbaik. Istri tercinta Armi Nofa yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam mendampingi

selama ini, anak-anakku Muhammad Heaven dan Mahendra Bagaskara yang selalu menyemangati hidupku. Sahabat seperjuangan mahasiswa Mikom angkatan 39 dan 40 yang terus memotivasi, dan semua pihak yang telah memberikan semangat, dukungan, dan doa kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam strategi komunikasi, serta bagi pihak-pihak yang terkait dengan pendataan perusahaan pers, serta meningkatkan kualitas kehidupan pers di Indonesia.

Peneliti,



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Imam Suwandi
NIM 55221110024

ABSTRAK

Fenomena pers di Indonesia yang sangat menarik untuk diteliti adalah tentang pendataan perusahaan pers. Faktanya ada dua kategori perusahaan pers yang beroperasi yakni perusahaan pers (media) yang terdata oleh Dewan Pers dan perusahaan pers (media) yang belum terdata namun keduanya bebas beroperasi memproduksi berita untuk masyarakat. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bagi masyarakat. Harapan dari pendataan perusahaan pers adalah menjadikan media yang kredibel dan profesional. Dewan Pers merupakan lembaga independen yang melaksanakan amanat mendata perusahaan pers tertuang dalam UU Pers pasal 15. Namun dalam pelaksanaannya masih ditemukan sejumlah kendala. Masih ada sejumlah media dan pengamat media menganggap pendataan pers sudah tidak diperlukan karena tidak adanya tekanan dan sanksi. Fokus penelitian ini pada strategi komunikasi Dewan Pers tentang pendataan perusahaan pers. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana strategi komunikasi Dewan Pers kepada perusahaan pers dalam mewujudkan media yang terverifikasi. Peneliti menemukan ada persoalan komunikasi antara perusahaan pers dengan Dewan Pers terkait pendataan perusahaan pers. Sehingga, perlu adanya solusi strategi komunikasi yang efektif agar kebijakan pendataan bisa disadari perusahaan pers dan masyarakat. Manfaat dari pendataan perusahaan pers ini berdampak dalam mewujudkan media yang berkualitas. Jenis penelitian ini adalah kualitatif menggunakan metode penelitian studi kasus untuk memahami fenomena yang sedang diteliti. Hasil dari penelitian ini menjabarkan ada beberapa langkah strategi komunikasi yang perlu dilakukan Dewan Pers yakni mengembangkan strategi komunikasi yang efektif kepada perusahaan pers agar menyadari dan patuh dengan UU Pers meskipun pendataan perusahaan pers bersifat *stelsel pasif* (sukarela) tanpa adanya paksaan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Dewan Pers, Pendataan Perusahaan Pers.

ABSTRACT

The phenomenon of the press in Indonesia that is very interesting to study is the data collection of press companies. In fact, there are two categories of press companies operating, namely press (media) companies registered by the Press Council and press (media) companies that have not been registered but both are free to operate to produce news for the public. This raises concerns for the public. The hope of registering press companies is to make the media credible and professional. The Press Council is an independent institution that carries out the mandate to register press companies as stipulated in Article 15 of the Press Law. However, in its implementation there are still a number of obstacles. There are still a number of media and media observers who consider press data collection unnecessary because there is no pressure and sanctions. This research focuses on the communication strategy of the Press Council regarding the data collection of press companies. This research is important to find out the extent of the Press Council's communication strategy to press companies in realizing verified media. Researchers found that there were communication problems between press companies and the Press Council regarding data collection of press companies. Thus, an effective communication strategy solution is needed so that the data collection policy can be realized by press companies and the public. The benefits of data collection of press companies have an impact in realizing quality media. This type of research is qualitative using a case study research method to understand the phenomenon of press companies.

Keywords: *Communication Strategy, Press Council, Press Company Data Collection.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	v
PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Manfaat Akademis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.2. Kajian Teoritis.....	33
2.2.1. Strategi	33
2.2.2. Komunikasi	35
2.2.3. Strategi Komunikasi.....	40
2.2.4. Pendataan Perusahaan Pers	57
2.3. Kerangka Pemikiran.....	63
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	67
3.1. Paradigma Penelitian.....	67
3.2. Metode Penelitian.....	67
3.3. Subjek Penelitian.....	69
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.4.1. Data Primer	71
3.4.2. Data Sekunder	73
3.5. Teknik Analisis Data.....	74
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.1.1. Sejarah Dewan Pers.....	78
4.1.2. Visi dan Misi Dewan Pers.....	70
4.1.3. Fungsi, Kewenangan dan Tugas dan Kewajiban Dewan Pers	80
4.1.4. Pemilihan Anggota Dewan Pers.....	81

4.1.5. Profil Anggota Dewan Pers.....	83
4.1.6. Konstituen Dewan Pers	84
4.1.7. Sekretariat Dewan Pers	85
4.1.8. Struktur Kelembagaan Dewan Pers	86
4.2. Hasil Penelitian	87
4.2.1. Kebijakan Komunikasi Dewan Pers	87
4.2.2. Perencanaan Manajemen Komunikasi Dewan Pers.....	91
4.2.3. Operasional Komunikasi Dewan Pers.....	92
4.2.4. Kendala Komunikasi Dewan Pers.....	107
4.3. Pembahasan.....	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1. Kesimpulan	111
5.2. Saran.....	112
5.2.1. Saran Akademis	112
5.2.2. Saran Praktis	113
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4.1.9. Data Perusahaan Pers	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.4. Website Data Perusahaan Pers.....	59
Gambar 2.2.4. Konten Medsos Verifikasi Administrasi.....	61
Gambar 2.2.4. Konten Medsos Verifikasi Faktual/Virtual.....	62
Gambar 2.2.4. Pengumuman Pemutakhiran Data Perusahaan Pers.....	62
Gambar 2.3. Alur Kerangka Pemikiran Penelitian.....	66
Gambar 3.4.1. Tahap Observasi.....	73
Gambar 3.5. Model Analisis Interaktif.....	75
Gambar 3.6. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data.....	76
Gambar 4.1.1. Gedung Dewan Pers.....	78
Gambar 4.1.8. Struktur Organisasi Dewan Pers 2019-2022.....	86