



**APLIKASI MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI PADA  
PROGRAM PUBLIKASI KOMPASIANA.COM TAHUN 2015**



**SKRIPSI**

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

Disusun Oleh :

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PUSPA OKTAVIANI**

**44213010007**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Puspa Oktaviani  
NIM : 44213010007  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : APLIKASI MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI PADA  
PROGRAM PUBLIKASI KOMPASIANA.COM TAHUN 2015

Jakarta, 14 Juni 2017

Menyetujui

Pembimbing

( Irmulan Sati T,SH,M.Si )



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Puspa Oktaviani  
NIM : 44213010007  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : APLIKASI MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI  
PADA PROGRAM PUBLIKASI KOMPASIANA.COM  
TAHUN 2015

Jakarta, 14 Juni 2017

Ketua Sidang,


Dr. Agustina Zubair, M.Si



(.....)

Penguji Ahli,

Ida Anggraeni Ananda, M.Si



(.....)

Pembimbing I

Irmulan Sati T, SH, M.Si



(.....)



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Puspa Oktaviani  
NIM : 44213010007  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul : APLIKASI MODEL PERENCANAAN KOMUNIKASI  
PADA PROGRAM PUBLIKASI KOMPASIANA.COM  
TAHUN 2015

Jakarta, 14 Juni 2017

Disetujui dan diterima oleh:

**Pembimbing**

(Irmulan Sati T, SH, M.Si)

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

( Dr. Elly Yuliawati, M.Si )

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

( Ponso Budi Sulistyio, M.Comn, Ph.D)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Puspa Oktaviani**

NIM : **44213010007**

Bidang Studi : **Public Relations**

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat berjudul “**Aplikasi Model Perencanaan Komunikasi pada Program Publikasi Kompasiana.Com Tahun 2015**” adalah murni hasil karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila saya mengutip hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 14 Juni 2017



**Puspa Oktaviani**

## KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT, shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW karena berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini adalah merupakan kewajiban penulis sebagai salah satu syarat dalam pembuatan skripsi untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations di Universitas Mercu Buana. Skripsi ini disusun agar pembaca dapat memperluas ilmu tentang “Aplikasi Model Perencanaan Komunikasi Pada Program Publikasi Kompasiana.Com Tahun 2015”, yang disajikan berdasarkan pengamatan dari berbagai sumber informasi, referensi, dan berita.

Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis dihadapkan dengan berbagai rintangan. Baik itu yang datang dari diri penulis maupun yang datang dari luar. Namun dengan penuh kesabaran dan ketekunan akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Banyak sekali hal yang telah diberikan kepada penulis berupa bantuan moril maupun materil.

Untuk itu dalam kesempatan ini ijin penulis untuk mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Irmulan Sati, M. Si. Selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membantu penulis selama membuat skripsi ini.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

3. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Com., Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Dr. Elly Yuliani, M.Si. selaku Ketua Bidang Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
5. Segenap pengajar akademis di Universitas Mercu Buana Meruya, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dan bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
6. Kedua Orangtuaku Bapak Didik Sumaryadi dan Ibu Retno Lindawati, atas segala kasih sayang, doa, maupun dukungan materil yang menjadi dorongan bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Adik terkasih Gibran Muhammad, yang senantiasa mendukung dan memberi semangat.
8. Partner penulis selama menimba ilmu di Universitas Mercu Buana, Evi Amelia, Irma Tridamayanti, Yoshinta Puspa Ningtyas dan Rizky Putri Bungsu, Fitri, Dhiajeng, yang sudah memberikan penulis semangat untuk menyelesaikan skripsi ini dan menggapai cita-cita lain.
9. Sahabat tercinta, Tyas, Febi, Rika, Sofa, Indah, Mila, Saras, Ratih, Danis, Vivi dan teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu namanya, yang sudah memberikan penulis dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan Public Relations 2013, terimakasih selama ini telah memberikan dukungan dan keceriaan dalam menjalani kuliah di Universitas Mercu Buana.



11. Alamat tempat penulis menimba ilmu, Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi.

12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Hanya Allah yang dapat membalas atas segala yang telah diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan menjadi sumbangan pemikiran kepada pembaca khususnya para mahasiswa Universitas Mercu Buana. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Untuk itu, kritik yang konstruktif sangat penulis butuhkan.



Jakarta, Juni 2017

Penyusun

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>ABSTRAKSI</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	8
1.3. Identifikasi Masalah .....	8
1.4. Tujuan Penelitian .....	10
1.5. Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1. Manfaat Akademis .....	10
1.5.2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	
2.1. Komunikasi .....	12
2.1.1. Definisi Komunikasi .....	12
2.1.2. Unsur Komunikasi.....	14
2.1.3. Fungsi Komunikasi .....	15
2.1.4. Komunikasi Massa .....	16
2.2. Perencanaan Komunikasi .....	16

2.3. Model Perencanaan Komunikasi .....	17
2.4. Public Relations .....	23
2.4.1. Definisi Public Relations .....	23
2.4.2. Kegiatan Public Relations .....	24
2.5. Publikasi .....	31
2.6. Loyalitas .....	34

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....**

3.1. Paradigma Penelitian .....	36
3.2. Tipe Penelitian .....	37
3.3. Metode Penelitian.....	38
3.4. Subyek Penelitian .....	40
3.4.1. Key Informan .....	40
3.4.2. Informan .....	40
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5.1 Data Primer .....	41
3.5.2 Data Sekunder .....	43
3.6. Teknik Analisis Data .....	44
3.7. Teknik Keabsahan Data .....	45

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....**

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	47
4.1.1. Sejarah Perusahaan .....	47
4.1.2. Logo Perusahaan .....	49
4.1.3. Statistika Pertumbuhan Perusahaan .....	49
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan .....	50
4.2. Hasil Penelitian .....	52

4.2.1. Identifikasi Target Khalayak .....	53
4.2.2. Penetapan Tujuan .....	56
4.2.3. Penyusunan Pesan .....	59
4.2.4. Tindakan Untuk Mencapai Khalayak .....	60
4.2.5. Pemilihan Media .....	63
4.2.6. Pembuatan Rencana Komunikasi .....	65
4.2.7. Evaluasi .....	66
4.2.8. Model Perencanaan Komunikasi .....	70
4.3. Pembahasan .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	
5.1. Kesimpulan .....	80
5.2. Saran .....	82
5.2.1. Saran Praktis.....	82
5.2.2. Saran Akademis .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perencanaan Alur Tanda .....	85
Gambar 4.1 Logo Kompasiana .....	85
Gambar 4.2 Artikel Kompasiana .....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Statistika Pertumbuhan Perusahaan .....	85
Tabel 4.2 Model Perencanaan Komunikasi Kompasiana .....	85

