



**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BUMN DALAM
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN**



**ARIF HARYANTO
55216120058**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**



**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* BUMN DALAM
MEMPERTAHANKAN REPUTASI PERUSAHAAN**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

ABSTRACT

Infrastructure development is one of the priority policies of Joko Widodo during his first period of Presidency, 2014-2019. One of the infrastructures that is to be realized is the Yogyakarta International Airport in Kulon Progo Regency, Special Region of Yogyakarta. PT Angkasa Pura I (Persero) as the project initiator has prepared a budget of IDR 11.2 trillion to complete this National Strategic Project (PSN) in the New Airport Development category. Although the groundbreaking was carried out on January 27, 2017, until the end of 2017 construction work could not be carried out because there was still resistance from some residents who did not want to be relocated from the airport project area. The rejecting residents who were supported by several Non-Governmental Organizations (NGOs) and students resisted and several times caused clashes with security forces. The emergence of news about the incident in the mass media gave a bad impression of the airport development plan. The intensity of negative sentiment news in the mass media increased quite sharply. This attracted the attention of the wider public to the airport development process in Kulon Progo and gave rise to solidarity actions and subsequent demonstrations, both in Yogyakarta and other big cities in Indonesia. PT Angkasa Pura I (Persero) is required to overcome the potential decline in the company's reputation due to news that appears in the mass media regarding this land acquisition. The Corporate Communication Department of PT Angkasa Pura I (Persero), which is the spearhead of the company's communication, carries out a media relations strategy to help prevent potential conflicts from being suppressed and not leading to a crisis phase. This study analyzes the media relations strategy carried out by PT Angkasa Pura I (Persero) in building good relationships with the media, so that it can increase positive publicity in the mass media and maintain the company's reputation, which in the end will also gain public support for the construction of this airport. This study uses Frank Jefkins' media relations strategy as its starting point, namely: by servicing the media, by establishing a reputation for reliability, by supplying good copy, by cooperations in providing material, by providing verification facilities, and by building personal relationships with the media. Based on the results of the study, the media relations strategy carried out by PT Angkasa Pura I (Persero) went well. Positive publicity and sentiment emerged in the public space so that the public supported the company's intentions and objectives. The negative news situation that was previously quite busy in the mass media can be overcome so that the company's reputation is maintained.

Keywords: Infrastructure, Strategy, Media Relations, Reputation, SOEs

ABSTRAK

Pembangunan infrastruktur merupakan salah satu kebijakan prioritas Pemerintahan Presiden Joko Widodo 2014-2019. Salah satu infrastruktur yang ingin diwujudkan adalah Bandara Internasional Yogyakarta di Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. PT Angkasa Pura I (Persero) selaku pemrakarsa proyek menyiapkan anggaran sebesar Rp11,2 triliun untuk menuntaskan Proyek Strategis Nasional (PSN) kategori Pembangunan Bandara Baru ini. Meskipun telah dilakukan *groundbreaking* pada 27 Januari 2017, namun hingga akhir tahun 2017 pekerjaan konstruksi belum bisa dilakukan karena masih adanya penolakan sebagian warga yang tidak mau direlokasi dari area proyek bandara. Warga penolak yang didukung oleh beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan mahasiswa melakukan perlawanan dan beberapa kali menimbulkan bentrokan dengan aparat keamanan. Mengemukanya pemberitaan tentang peristiwa tersebut di media massa memunculkan kesan buruk atas rencana pembangunan bandara. Intensitas berita bersentimen negatif di media massa meningkat cukup tajam. Hal ini memancing perhatian khalayak luas terhadap proses pembangunan bandara di Kulon Progo dan memunculkan aksi solidaritas dan demonstrasi susulan, baik di Yogyakarta maupun kota-kota besar lain di Indonesia. PT Angkasa Pura I (Persero) dituntut untuk mengatasi potensi menurunnya reputasi perusahaan akibat pemberitaan yang muncul di media massa terkait pembebasan lahan ini. Departemen Corporate Communication PT Angkasa Pura I (Persero) yang merupakan ujung tombak komunikasi perusahaan melakukan strategi media relations untuk membantu mencegah agar potensi konflik bisa diredam dan tidak mengarah menuju fase krisis. Penelitian ini menganalisis strategi media relations yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura I (Persero) dalam membangun hubungan yang baik dengan pihak media, sehingga dapat meningkatkan publisitas positif di media massa serta membuat reputasi perusahaan tetap terjaga, yang pada akhirnya dukungan publik terhadap pembangunan bandara ini juga akan didapatkan. Penelitian ini menggunakan strategi media relations dari Frank Jefkins sebagai titik tolaknya, yaitu: *by servicing the media, by establishing a reputation for reliability, by supplying good copy, by cooperations in providing material, by providing verification facilities, dan by building personal relationship with the media.* Berdasarkan hasil penelitian, strategi *media relations* yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura I (Persero) berjalan dengan baik. Publisitas dan sentimen positif muncul di ruang publik sehingga masyarakat mendukung maksud dan tujuan perusahaan. Situasi pemberitaan negatif yang sebelumnya cukup ramai di media massa dapat diatasi sehingga reputasi perusahaan tetap terjaga.

Kata Kunci: *Infrastruktur, Strategi, Media Relations, Reputasi, BUMN*



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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : ARIF HARYANTO
NIM : 55216120058
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
Judul : Strategi *Media Relations* BUMN dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan

Jakarta, 7 September 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

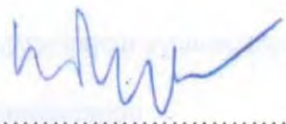
Judul : Strategi *Media Relations* BUMN dalam Mempertahankan
Reputasi Perusahaan
Nama : ARIF HARYANTO
NIM : 55216120058
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication

Jakarta, 7 September 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.

()

Penguji

Dr. Achmad Jamil, M.Si.

()

Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

()



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama : ARIF HARYANTO
NIM : 55216120058
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
Judul : Strategi *Media Relations* BUMN dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan

Jakarta, 7 September 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Nur Kholisoh, M.Si

Direktur
Program Pascasarjana

Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus

Kepala Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Arif Haryanto
NIM : 55216120058
Program Studi : S2 Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Strategi Media Relations BUMN dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 09-10-2024, didapatkan nilai persentase sebesar 30%.

Jakarta, 10 Oktober 2024
Administrator Turnitin



Aulia Rahman, S.Ikom

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Strategi *Media Relations* BUMN dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan
Nama : ARIF HARYANTO
NIM : 55216120058
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 7 September 2020

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

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, 7 September 2020



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt sehingga akhirnya penulis berhasil menjejak tahap akhir pendidikan di Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta ini.

Hal ini tentunya tak terlepas dari dukungan, bantuan, dan budi baik banyak pihak. Untuk itu, penulis menghaturkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Kepala Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana, Dr. Nur Kholisoh, M.Si., selaku dosen pembimbing, Dr. Achmad Jamil, M.Si, selaku dosen penelaah tesis, seluruh dosen, karyawan tata usaha, civitas akademika, serta rekan-rekan Angkatan 30 Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa, rasa terima kasih tak terhingga untuk keluarga penulis. Istri dan anak tercinta yang selalu kebersamai penulis dalam menempuh pendidikan hingga sampai titik ini, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dorongan dan mengingatkan untuk menuntaskan apa yang telah dimulai, serta semua keluarga dan saudara yang telah memberikan semangat dan inspirasi.

Akhirnya, semoga tesis ini bisa memberikan manfaat dan semoga Allah Swt meridai setiap upaya baik kita. Aamiin.

Jakarta, 7 September 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vi
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	vii
PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan Pustaka.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
3.1 Objek Penelitian.....	48
3.2 Paradigma Penelitian	49
3.3 Metode Penelitian	49
3.4 Key Informan Penelitian.....	50

3.5	Jenis dan Sumber Data.....	52
3.6	Teknik Pengumpulan Data	52
3.7	Teknik Analisis Data	53
3.8	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.3	Pembahasan	93
BAB V PENUTUP.....		96
5.1	Kesimpulan	96
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA.....		99
LAMPIRAN.....		101



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
--------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Kerangka Pemikiran	47
Gambar 4.1 Pemberitaan bersentimen negatif di media massa	65
Gambar 4.2 Narasi “ganti-untung” sebagai counter pemberitaan negatif ...	78
Gambar 4.3 Advertorial di HarianJogja edisi 2 Mei 2018	83
Gambar 4.4 Jurnalis Paguyuban Wartawan Kulon Progo (PWK) diundang bertemu Direksi dalam kegiatan office visit, 13 September 2018	87
Gambar 4.5 Pemberitaan di media massa bersentimen positif	92

