

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENCIPTAKAN  
*ENGAGEMENT* DENGAN PERAJIN DEKRANASDA DKI  
JAKARTA**

**(Studi Kasus pada Kegiatan Pameran Jakcraft 2018)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi Universitas Bakrie**



**GHAYATSI FIKA AMALINA**

**1151003131**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**


**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Ghayatsi Fika Amalina

NIM : 1151003131

Tanda Tangan : 

Tanggal : 7 Agustus 2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Ghayatsi Fika Amalina

NIM : 1151003131


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Peran *Public Relations* dalam Menciptakan *Engagement* dengan Perajin Dekranasda DKI Jakarta (Studi Kasus pada kegiatan Pameran Jakcraft 2018)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M (  )

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac. (  )

Penguji 2 : Dr. Manik Sunuantari, M.Si (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Agustus 2019

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Peran *Public Relations* dalam Menciptakan *Engagement* dengan Perajin Dekranasda DKI Jakarta (Studi Kasus pada Kegiatan Pameran Jakcraft 2018)”**. Penulisan tugas akhir ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan akademis mata kuliah Tugas Akhir di Peminatan *Corporate Communication* Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Selama penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan dukungan dan semangat serta bantuan oleh berbagai pihak dalam melewati dan mengatasi segala tantangan yang menghadang. Untuk menunjukkan rasa syukur terhadap pihak-pihak tersebut, penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Orang tua, kakak, dan adik serta keluarga  
Terima kasih tidak terhingga karena selalu ada di saat senang dan sedih ketika penulis membutuhkan semangat. Kakak Syita dan Panji dan tentunya Ibu terima kasih untuk segala dukungan dan doanya.
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M  
Terima kasih kepada Ibu Suharyanti, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan juga dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.
3. Dosen Universitas Bakrie  
Kepada Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi, Ibu Mirana Hanathasia dan khususnya dosen PR lainnya yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama proses perkuliahan sehingga dapat mengarahkan penulis dalam menyelesaikan studi.
4. Sahabat Penulis  
Untuk Devara, Dhita, Mujiana, Nindry, dan Savira, dengan segala keunikan kalian terima kasih untuk dukungan, bantuan, dan semangat

kalian, terutama saat menjalani hari-hari dengan penulis. Untuk “Ukaem” yang kenyataannya tidak pernah ke UKM bersama, terima kasih Nisya, Rose, Puspa, Maysa, Icha, Tria, Mega dan Retno untuk dukungan dan semangatnya, semoga suatu saat bisa berkumpul bersama lagi.

5. Kakak Kost Muslimah

Terima kasih Kak Ifa, Kak Maci, The Elsi, dan Kak Via untuk selalu mengingatkan penulis dan perhatian, semangat, serta saran yang sudah diberikan untuk penulis selama menjalani proses skripsi ini.

6. Teman-teman Universitas Bakrie

Terima kasih Komunal, khususnya untuk teman-teman *Public Relations* 2015 yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis.

7. Dekranasda DKI Jakarta

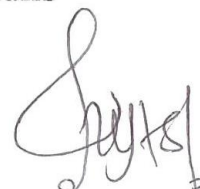
Terima kasih untuk bantuan dan kerjasama dari Kak Abel dan semua tim sekretariat serta perajin yang telah membantu penulis dalam melengkapi tugas akhir ini.

8. Seluruh pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini memerlukan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait.

Jakarta, 25 Juli 2019

Penulis



Ghayatsi Fika Amalina

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ghayatsi Fika Amalina

NIM : 1151003131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Fee Rights*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENCIPTAKAN *ENGAGEMENT* DENGAN PERAJIN DEKRANASDA DKI JAKARTA (Studi Kasus pada Kegiatan Pameran Jakcraft 2018)”

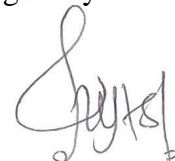
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis /pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 7 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Ghayatsi Fika Amalina

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENCIPTAKAN *ENGAGEMENT*  
DENGAN PERAJIN DEKRANASDA DKI JAKARTA**

**(Studi Kasus pada Kegiatan Pameran Jakcraft 2018)**

Ghayatsi Fika Amalina

---

**ABSTRAK**

Public Relations dianggap sebagai *strategic management of relations*, tidak hanya membangun relasi, tetapi juga mempertahankan relasi agar selalu bermanfaat satu sama lain. Keberlangsungan suatu organisasi juga tidak lepas dari peran dan kontribusi *stakeholder*. Sebagai fungsi PR, komunikasi dengan *stakeholder* perlu dilakukan untuk keberlangsungan organisasi. Untuk itu diperlukan peran PR dalam merealisasikan hal tersebut. Hal inilah yang mendasari peneliti untuk mengetahui bagaimana peran *Public Relations* dalam menciptakan *stakeholder engagement* dengan Perajin Dekranasda DKI Jakarta.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa wawancara *semi-structured* dan data sekunder berupa studi pustaka seperti jurnal, buku, sumber berita online yang valid. Berdasarkan analisis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *Public Relations* yang didasarkan pada teori Cutlip, Center, dan Broom (2011) dalam Dekranasda DKI Jakarta yang paling dominan adalah sebagai fasilitator komunikasi. Hal ini sangat tergambar pada aktivitas publikasi yang dilakukan Dekranasda DKI Jakarta yang saat ini semakin aktif dalam merepresentasikan aktivitas anggota perajin. Peran ini menjadikan perajin sebagai *stakeholder* yang penting bagi Dekranasda DKI Jakarta merasa semakin terfasilitasi. Dengan peran *Public Relations* tersebut *engagement* yang dibangun Dekranasda DKI Jakarta dapat memberikan efek positif baik bagi Dekranasda DKI Jakarta maupun perajin.

Keyword: *public relations, stakeholder engagement, perajin*

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENCIPTAKAN *ENGAGEMENT*  
DENGAN PERAJIN DEKRANASDA DKI JAKARTA**

**(Studi Kasus pada Kegiatan Pameran Jakcraft 2018)**

Ghayatsi Fika Amalina

---

**ABSTRACT**

*Public Relations is considered as a strategic management of relations, it is not only to building relationships, but also to maintaining relationships so that they are benefitting to each other. The sustainability of an organization is also inseparable from the role and contribution of stakeholders. As a function of PR, communication with stakeholders needs to be done for the sustainability of the organization. For this reason, the role of public relation is needed in realizing this. This is what underlies the researchers to find out how the role of Public Relation in creating a stakeholder engagement with Dekranasda DKI Jakarta Crafters.*

*In this study, researcher used a descriptive qualitative case study method. The data sources used in this study are primary data in the form of semi-structured interviews and literature studies such as journals, books, valid online news sources. Based on the analysis, the result of this study indicate that the role of Public Relation, based on the theory by Cutlip, Center, and Broom (2011) in Dekranasda DKI Jakarta, is the most dominant as a communication facilitator. This is illustrated in the publication activities carried out by Dekranasda DKI Jakarta, which is now increasingly active in representing the activities of artisans. This role makes the crafters, who are the important stakeholders for Dekranasda DKI Jakarta, feel more facilitated. With the role of Public Relations, the engagement built by Dekranasda DKI Jakarta can have a positive effect for both Dekranasda DKI Jakarta and artisans.*

*Keyword: public relations, stakeholder engagement, crafters*



**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka terkait Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka terkait Kerangka Pemikiran .....	19
2.2.1 Public Relations .....	19
2.2.1.1. Fungsi Public Relations.....	20
2.2.1.1. Peran Public Relations .....	23
2.2.2 Stakeholder Relations.....	26
2.2.3 Stakeholder Engagement.....	29

2.3 Kerangka Pemikiran .....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Metode Penelitian .....	36
3.2 Objek Penelitian .....	36
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	39
3.5 Teknik Analisis Data .....	39
3.6 Teknik Uji Keabsahan Data.....	40
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Profil Organisasi .....	43
A. Latar Belakang Organisasi .....	43
B. Visi dan Misi Dekranasda DKI Jakarta.....	44
C. Tugas dan Fungsi Dekranasda DKI Jakarta .....	44
D. Logo Organisasi .....	45
E. Struktur Organisasi .....	46
4.1.2 Pameran Jakcraft .....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Data Informan .....	49
4.2.2 Hasil Temuan .....	52
4.2.2.1 Hasil Temuan Peran <i>Public Relations</i> Dekranasda DKI Jakarta	52
4.2.2.2 Hasil Temuan <i>Stakeholder Engagement</i> dengan Perajin Dekranasda DKI Jakarta.....	60
4.3 Pembahasan .....	67

4.3.1 Peran <i>Public Relations</i> dalam Menciptakan <i>Engagement</i> dengan Perajin Dekranasda DKI Jakarta .....	67
A.    Dominasi Peran <i>Public Relations</i> .....	67
B.    Upaya dalam Menciptakan <i>Stakeholder Engagement</i> .....	71
BAB V.....	76
PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran .....	77
a.    Saran Akademis .....	77
b.    Saran Praktis .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN.....	82

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Model Hubungan Stakeholder Grunig dan Hunt.....	28
Bagan 2.2 Faktor dalam proses <i>stakeholder engagement</i> .....	30
Bagan 2.3 Tingkat partisipasi <i>stakeholder engagement</i> .....	32
Bagan 3.1 Pengolahan Data Triangulasi.....	41
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Dekranasda DKI Jakarta.....	47

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Logo Dekranasda Provinsi DKI Jakarta.....	45
Gambar 4.2 Nabellahaq, Public Relations Dekranasda DKI Jakarta.....	50
Gambar 4.3 Lily Mariasari, Perajin Elemwe Anggota Dekranasda DKI Jakarta	50
Gambar 4.4 Wahyu Widawati, Perajin Tasayu Anggota Dekranasda DKI Jakarta .....	51
Gambar 4.5 Publikasi Pameran Jakcraft di Media Sosial Instagram.....	69
Gambar 4.6 Tampilan Sistem Informasi Perajin.....	70

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	39