

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DALAM KOMUNIKASI  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* KAMPUNG BERSERI ASTRA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi Universitas Bakrie, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas  
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie**



**SAVIRA CHESARIA**

**1151003157**

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

**JAKARTA**


**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Nama** : Savira Chesaria

**NIM** : 1151003157

**Tanda Tangan** : 

**Tanggal** : 25 Juli 2019

Universitas Bakrie

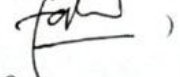
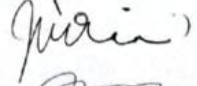

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Savira Chesaria  
NIM : 1151003157  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : *Strategi Media Relations dalam Komunikasi Corporate Social Responsibility Kampung Berseri Astra*

**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 : Dr. Hifni Alifahmi, M.Si. (  )  
Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.Sos,MmediaPrac (  )  
Penguji 2 : Dr. Manik Sunuantari, M.Si. (  )

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 12 Agustus 2019

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, karunia, serta Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian Tugas Akhir dengan judul *STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM KOMUNIKASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY KAMPUNG BERSERI ASTRA*. Penulisan tugas akhir ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) bagi mahasiswa/i program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini penulis menemukan berbagai halangan dan rintangan, baik dari faktor internal maupun eksternal. Namun dengan segala bentuk pertolongan dari Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik bersifat moral maupun material. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai diantaranya kepada:

### **1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa**

Puji dan syukur selalu penulis haturkan kepada Allah SWT dengan segala rahmat dan karunianya. Penulis diberikan kesempatan *internship* selama empat bulan di salah satu perusahaan multinational, PT Astra International Tbk. Melalui hal ini penulis mengambil keputusan untuk menjadikan program Astra sebagai topik penelitian pada tugas akhir ini dan dapat menyelesaikannya dengan baik dan tepat waktu. Segala puji bagi-Mu Tuhan Semesta Alam.

### **2. Orang Tua Penulis**

Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh baik secara moral maupun material kepada penulis. Terima kasih juga atas kasih sayang dan kesabarannya yang tidak terhingga dalam mendidik dan membesarkan penulis hingga saat ini.

**3. Bapak Dr. Hifni Alifahmi, M.Si.**

Terima kasih kepada Bapak Hifni, selaku pembimbing utama dalam penulisan skripsi penulis atas segala tenaga, waktu, dan pikiran yang telah diberikan untuk membimbing dan mengarahkan penulis agar penulis dapat mengerjakan tugas akhir ini dengan baik dan benar. Beliau juga yang selalu sabar, responsif, dan memotivasi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir tepat waktu.

**4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., MmediaPrac. selaku dosen penguji 1, Ibu Dr. Manik Sunuantari, M.Si. selaku dosen penguji 2 dan pengajar peminatan *public relations* UB yang senantiasa memberikan ilmu, bimbingan, dan arahan kepada penulis. Terima kasih juga kepada seluruh dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan banyak hal dengan semangat, ikhlas, dan sabar selama penulis menjadi mahasiswi di Universitas Bakrie dan telah mendukung penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.

**5. Tim Corporate Communications dan ESR Astra International Tbk**

Terima kasih kepada Bapak Boy Kelana Soebroto selaku *Head of Corporate Communications* Astra yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk bisa magang di divisi Corcom Astra, Bapak Wisnu Wijaya selaku *Head of External Relations* Astra yang selalu sabar mengajarkan, membimbing dan membantu penulis dalam proses penulisan skripsi, Bapak Mohammad Taufan dan Mba Yulika selaku penanggung jawab aktivitas CSR Kampung Berseri Astra yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk bisa memberikan informasi mengenai CSR Astra, dan tentunya penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh tim *corporate communications* Astra yang telah memberikan pelajaran dan pengalaman yang berharga kepada penulis selama *internship* di *corporate communications* Astra.

**6. Teman-teman Public Relations dan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2015**

Terima kasih telah saling memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menjalani perkuliahan di Universitas Bakrie dan terima kasih telah menjadi teman satu angkatan yang baik.

**7. Sahabat since Elementary School**

Terima kasih kepada Vania, Novi, Fina, Vessa, Salwa, dan Talitha sebagai sahabat yang selalu ada untuk memberikan dukungan dan semangat tiada henti kepada penulis baik selama menjalani perkuliahan di Universitas Bakrie maupun dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

**8. Teman-teman SMA 13 Jakarta**

Terima kasih kepada sahabat penulis Sandy yang telah sabar dan ikhlas memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman satu angkatan SMA 13 Jakarta yang saling mendukung satu sama lain dan selalu menyebarkan hal-hal positif kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.

**9. Teman-teman Magang di Astra**

Terima kasih kepada Dimas dan Patricia yang telah menjadi *good listeners*, selalu sabar dan ikhlas dalam membantu dan mendukung penulis baik selama proses magang maupun selama proses penyusunan Tugas Akhir.

**10. Seluruh pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.** Terima kasih atas segala doa, bantuan, dan dukungan yang diberikan kepada penulis hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Demikian ungkapan terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah membantu baik secara moril maupun materil. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 12 Agustus 2019

Penulis,

Savira Chesaria

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

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

Nama : Savira Chesaria  
NIM : 1151003157  
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-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“STRATEGI *MEDIA RELATIONS* DALAM KOMUNIKASI

*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* KAMPUNG BERSERI ASTRA”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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 : 12 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Savira Chesaria

**STRATEGI MEDIA RELATIONS DALAM KOMUNIKASI  
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY "KAMPUNG BERSERI ASTRA"**

Savira Chesaria

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini menjelaskan tentang penerapan strategi *media relations* dalam mengomunikasikan program *corporate social responsibility* “Kampung Berseri Astra”. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis serta memaparkan strategi, prinsip, dan model yang diaplikasikan *corporate communications* Astra melalui *media relations* dalam melakukan komunikasi *corporate social responsibility* “Kampung Berseri Astra” dan melihat hasil publisitas media. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Konsep yang digunakan pada penelitian ini ialah konsep strategi *media relations*, CSR dan komunikasi CSR. Sementara itu, sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer berupa wawancara mendalam dan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber yang mendukung dan valid akan kebenarannya seperti studi pustaka dan jurnal. Tiga informan pada penelitian ini adalah pihak yang terlibat langsung dan ikut andil pada kegiatan *media relations* dan CSR Kampung Berseri Astra yang merupakan pihak internal Astra. Berdasarkan analisis, hasil penelitian menunjukkan bahwa Astra mengaplikasikan *relationship model* dalam menjalankan setiap aktivitas *media relations*. Hal ini dipercaya Astra mampu untuk menciptakan *sustainable relationship* terhadap media. Penerapan strategi-strategi *media relations* yang dilakukan Astra dengan menyesuaikan pada prinsip *media relations*, yakni salah satunya memiliki konten *press release* yang menarik serta pendistribusian *press release* dengan segera, sehingga mendorong pemberitaan yang positif di media dan mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat terhadap CSR Kampung Berseri Astra yang merupakan program *flagship* Astra. Media merupakan potensi yang memiliki pengaruh besar terhadap nama baik perusahaan, untuk itu penting bagi perusahaan untuk dapat berinovasi dalam pembentukan strategi *media relations*.

Kata Kunci: Strategi *Media Relations*, *Corporate Social Responsibility*, Komunikasi *Corporate Social Responsibility*, Kampung Berseri Astra



**MEDIA RELATIONS STRATEGY IN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY COMMUNICATIONS "KAMPUNG BERSERI ASTRA"**

Savira Chesaria

---

**ABSTRACT**

*This study describes the implementation of media relations strategy for communicating the corporate social responsibility program "Kampung Berseri Astra". The purpose of this study is to analyze and describe the strategies, principles and models applied by Astra's corporate communication through media relations undergo a corporate social responsibility communication "Kampung Berseri Astra" and see the result of media publicity. In this study, researcher used a descriptive qualitative research methods. The concept used in this research are the concept of media relations strategy, CSR and CSR communications. The data sources used in this study are primary data which was collected by in-depth interviews and secondary data obtained from sources that support and validate truths as literature studies and journals. Three informants in this study are those who directly involved and contribute to the activities of media relations and Kampung Berseri Astra CSR, the Astra internal parties. Based on the analysis, the results of the study show that Astra applies the relationship model in every media relation activity. It shows that Astra is able to create sustainable relationship with the media. The implementation of media relations strategies by adjusting to media relations principles, and one of the way is have an interesting press release content and distribute press release immediatelly. Accordingly it can increase positive coverage in the media and able to increase awareness of Kampung Berseri Astra CSR which is the Astra's flagship program. The media is a potential that has a great influence on a company's reputation, so it is important for company to be able to innovate in the formation of a media relations strategy.*

*Keywords: Media Relations Strategy, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Communications, Kampung Berseri Astra*

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1    Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2    Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1    Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	11
2.2    Tinjauan Pustaka Berdasarkan Kerangka Pemikiran.....	27
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	43
2.2.4 <i>Komunikasi Corporate Social Responsibility</i> .....	48

2.3	Kerangka Pemikiran.....	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....		59
3.1	Metode Penelitian .....	59
3.2	Objek dan Subjek Penelitian .....	60
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	61
3.3.1	Sumber Data.....	61
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	64
3.5	Teknik Analisis Data.....	90
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	92
3.7	Batasan dan Keterbatasan Penelitian .....	94
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		95
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	97
4.1.1	Sejarah Umum Perusahaan .....	97
4.1.1.1	Misi dan Visi PT Astra International Tbk.....	98
4.1.1.2	Filosofi PT Astra International Tbk.....	99
4.1.1.3	Struktur Sistem Nilai Astra.....	100
4.1.1.4	Logo PT Astra International Tbk.....	100
4.1.3	Struktur Organisasi PT Astra International Tbk .....	103
4.2	Subjek Penelitian .....	107
4.3	Hasil Penelitian .....	109
4.3.1	Penerapan Strategi <i>Media Relations</i> dalam Komunikasi CSR Kampung Berseri Astra .....	109
4.3.2	Pemberitaan Media dan Penerapan Tiga Strategi Komunikasi CSR Kampung Berseri Astra .....	122
4.4	Pembahasan.....	127

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	142
5.1 Kesimpulan .....	142
5.2 Saran .....	145
5.2.1 Saran Akademis .....	145
5.2.2 Saran Praktis .....	145
DAFTAR PUSTAKA .....	147
LAMPIRAN I .....	154

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Arus Komunikasi Media Relations .....32

Gambar 3.1 Silogisme-Piramida Duduk.....90

Gambar 4.1 Skema Penyajian Data.....96

Gambar 4.2 Struktur Sistem Nilai Astra ..... 100

Gambar 4.3 Logo PT Astra International Tbk ..... 100

Gambar 4.4 Peta Persebaran CSR Astra .....102

Gambar 4.5 Boy Kelana Soebroto – Head of Corporate Communications Astra..107

Gambar 4.6 Wisnu Wijaya – Head of External Relations Astra.....108

Gambar 4.7 Mohammad Taufan – ESR Policy Development & Monitoring  
Department Head Astra.....108

Gambar 4.8 Hasil pencarian pada mesin *search engine* dengan *keyword* Kampung  
Berseri Astra 2019 .....124

Gambar 4.9 Isi Press Release.....137

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 2.2 Two Models of <i>Media Relations</i> .....	40
Tabel 3.1 Tiga Strategi Komunikasi CSR .....	54
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep .....	65
Tabel 4.1 Struktur Organisasi PT Astra International Tbk .....	103
Tabel 4.2 Struktur Organisasi PT Astra International Tbk .....	104
Tabel 4.3 Struktur Organisasi PT Astra International Tbk .....	105
Tabel 4.4 Struktur Grup PT Astra International Tbk .....	106

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran .....	58
Bagan 3.1 Proses Pengelolaan Data Penelitian .....	92
Bagan 4.1 Skema Penyajian Data .....	96