

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT GARUDA INDONESIA TBK DALAM
PENDEKATAN *INTERPERSONAL COMMUNICATIONS* UNTUK
MEMBENTUK *ENGAGEMENT* DENGAN MEDIA**

TUGAS AKHIR

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



RUFAIDAH U MAY


1151003188

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

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS

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

Nama : Rufaidah Umay
NIM : 1151003188
Tanda Tangan : 
Tanggal : 22 Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Rufaidah Umay

NIM : 1151003188

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT GARUDA INDONESIA TBK
DALAM PENDEKATAN *INTERPERSONAL COMMUNICATIONS*
UNTUK MEMBENTUK *ENGAGEMENT* DENGAN MEDIA

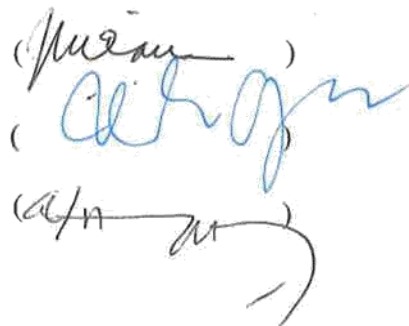
Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian *persyaratan* yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, MMediaPrac

Penguji 1 : Dr. Vivid F Argarini

Penguji 2 : Dr. Kinkin Yuliaty Subarsa Putri



Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Agustus 2019

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Rufaidah Umay
NIM : 1151003188
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:

“Strategi *media relations* PT Garuda Indonesia Tbk dalam pendekatan *interpersonal communications* untuk membentuk *engagement* dengan media”

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 : 22 Agustus 2019

Yang menyatakan,



Rufaidah Umay

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Media Relations PT Garuda Indonesia Tbk Dalam Pendekatan Interpersonal communications untuk membentuk engagement dengan media” dengan lancar. Penulisan Tugas Akhir ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam proses pengerjaan skripsi ini, penulis banyak sekali mendapatkan dukungan dan bantuan dari banyak pihak yang sangat berperan dalam proses pengerjaan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Penulis ingin memberikan rasa terima kasih sebanyak-banyaknya kepada banyak pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Dengan penuh rasa hormat, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Puji dan syukur, penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa setia memberikan kemudahan kepada penulis sejak awal dimulainya masa perkuliahan, sampai penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini demi memperoleh gelar sarjana seperti sebagaimana yang selama ini penulis perjuangkan.

2. Kedua orang tua penulis

Ungkapan terima kasih juga tak hentinya penulis sampaikan kepada kedua orang tua penulis yang tidak pernah ada habisnya memberikan *support* serta memberikan doa kepada peneliti untuk menjalankan tugas akhir ini

3. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac. selaku Dosen Pembimbing

Terima kasih juga saya sampaikan kepada Ibu Mirana selaku dosen pembimbing yang sangat baik, selalu sabar, dan teliti, dalam mengarahkan, membimbing, dan memberikan solusi dari kesulitan yang dihadapi penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini. Terimakasih juga atas waktu yang diluangkan untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie

Terima kasih sedalam-dalamnya juga penulis sampaikan kepada dosen-dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, untuk ilmu, bimbingan, dan arahan selama penulis menjalani masa perkuliahan. Terima kasih sudah memberikan banyak sekali hal yang menjadi bekal bagi penulis untuk dapat menjadi lulusan ilmu komunikasi yang berpengetahuan tinggi.

5. PT. Garuda Indonesia Tbk

Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT. Garuda Indonesia yang sudah mengizinkan saya menjadikan perusahaan Garuda Indonesia menjadi objek utama penelitian. Terima kasih untuk seluruh jajaran terkhususnya PR dan juga seluruh staff yang sudah ikut membantu dalam memberikan data perusahaan yang dibutuhkan oleh peneliti.

6. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015

Terima kasih juga saya sampaikan kepada teman-teman Ilmu Komunikasi 2015 tercinta untuk menjadi teman seperjuangan, terimakasih untuk kebersamaan dalam masa perkuliahan ini. Terimakasih telah menjadi bagian dari masa-masa melewati perkuliahan yang indah.

7. Bella Putri, Paranita Lilin, dan Juliet Georgiana Marlyn, Fenny Faradilla, Glinka Lazini, Fakhri, selaku sahabat penulis

Terimakasih juga banyak penulis ucapkan kepada pertemanan yang telah melewati kegiatan kampus bersama-sama. Terima kasih untuk pertemanan yang tiba-tiba terbentuk dan membuat perkuliahan menjadi lebih berwarna. Terima kasih untuk kebersamaan yang pernah kita lakukan.

8. Rosemalina Riskani, Dhita Ariqah, selaku teman bimbingan skripsi

Terimakasih kepada teman seperjuangan saat bimbingan tugas akhir yang sudah memberikan informasi dan mengingatkan. Banyak sekali hal yang tidak akan pernah terlupakan selama mengerjakan tugas akhir ini.

9. Novita Margaret dan Citra Nabila Agustine, selaku teman penulis

Terima kasih juga teruntuk Noni dan Citra yang sudah banyak membantu dalam proses pengerjaan tugas akhir skripsi ini, terimakasih sudah banyak mengingatkan dan peduli kepada peneliti. Terima kasih untuk waktunya dan saran yang diberikan.

10. Achmad Raihan Tesa

Terimakasih kepada Raihan yang selalu menemani, mendoakan serta memberikan dukungan dari mulai proses melakukan peneliti hingga akhir agar peneliti segera menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Serta menjadi partner untuk bertukar pikiran, memberikan saran selama penulis membuat penulisan tugas akhir ini.

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Semoga Allah SWT memberikan rahmat-Nya kepada kalian atas bantuannya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 22 Agustus 2019



Ruzaidan Umay

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT GARUDA INDONESIA TBK DALAM
PENDEKATAN *INTERPERSONAL COMMUNICATIONS* UNTUK MEMBENTUK
ENGAGEMENT DENGAN MEDIA**

Rufaidah Umay

ABSTRAK

Sebagai perusahaan *go public* Garuda Indonesia harus memberitakan informasi perusahaan kepada publik. Pemberitaan yang muncul tidak hanya pemberitaan yang positif saja, namun pemberitaan negatif juga harus diberikan kepada publik. Pemberitaan negatif yang menjadi sorotan publik seperti, Garuda Indonesia sempat terkena isu memiliki hutang jangka panjang. Sehingga pemberitaan ini menjadi suatu gambaran bahwa PR Garuda Indonesia harus bisa menyampaikan pesannya dengan baik kepada publik. *Public relations* Garuda Indonesia memanfaatkan kehadiran media dalam menyampaikan pesan perusahaan kepada publik. Media dipilih sebagai perantara komunikasi perusahaan dengan publiknya. Salah satu cara yang digunakan *public relations* Garuda Indonesia dalam membina hubungan kepada media dengan melakukan strategi *media relations*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui strategi *media relations* melalui pendekatan *interpersonal communications* untuk membentuk *engagement* dengan media yang dijalankan oleh Garuda Indonesia. Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam kepada PR Garuda Indonesia dan media. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PR Garuda Indonesia sudah menerapkan strategi *media relations* dalam pendekatan *interpersonal communications* dengan baik. Namun masih ada yang harus diperhatikan oleh PR Garuda Indonesia seperti menunjukkan sikap yang terbuka dalam memberikan informasi perusahaan oleh media serta membantu media dalam mendapatkan informasi perusahaan Garuda Indonesia.

Kata kunci: *Public relations, media relations, analisis deskriptif, interpersonal communications, engagement.*

**STRATEGI *MEDIA RELATIONS* PT GARUDA INDONESIA TBK DALAM
PENDEKATAN *INTERPERSONAL COMMUNICATIONS* UNTUK MEMBENTUK
ENGAGEMENT DENGAN MEDIA**

Rufaidah Umay

ABSTRACT

As a public listed company, Garuda Indonesia must shared company information. A News that come up is not only positive reporting, but a negative reporting must also be given to the public. Negative reporting which became the public spotlight such as, Garuda Indonesia had been exposed to the issue of having long-term debt. So that this news becomes an illustration that Public Realtion of Garuda Indonesia should be able to convey its message well to the public. Public relations of Garuda Indonesia utilizes the presence of the media to delivering a company messages to the public. The media is chosen as an intermediary between the company's communication with the public. One of the ways used by Garuda Indonesia public relations is to build relations with the media by implementing a media relations strategy. This research is a qualitative study using descriptive analysis that aims to determine the media relationsl strategy through the interpersonal communications approach to form engagement with the media and run by Garuda Indonesia. In conducting research, the authors used data collection techniques with in-depth interviews with Public Realtion of Garuda Indonesia and the media. The results of this study indicate that Public Relation of Garuda Indonesia has implemented a media relations strategy in the interpersonal communications approach well. But there are still things that must be considered by Public Relation of Garuda Indonesia, such as showing an open minded attitude in providing company information by the media and helping the media to get company information about Garuda Indonesia.

Keywords: *public relations, media relations, descriptive analysis, interpersonal communication, engagement.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISIONALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Pustaka	19
2.2.1 <i>Public Relations</i>	19
2.2.2 <i>Media Relations</i>	22
2.2.3 <i>Interpersonal Communications</i>	25
2.2.4 <i>Engagement</i>	29
2.3 Kerangka Pemikiran	34

BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1. Metode Penelitian	37
3.2. Objek Penelitian	39
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	43
3.5. Teknik Analisis Data.....	45
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	46
3.7. Batasan dan Keterbatasan Penelitian	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	49
4.1.1 Profile dan Sejarah Perusahaan PT. Garuda Indonesia (<i>Persero</i>) Tbk.....	49
4.1.1.1 Visi, Misi dan Nilai PT. Garuda Indonesia (<i>Persero</i>) Tbk	53
4.1.1.2 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia (<i>Persero</i>) Tbk	54
4.1.1.3 Logo dan Makna Perusahaan.....	58
4.1.2 Profil Informan	59
4.2 Hasil penelitian	64
4.2.1 <i>Media relations</i> di Garuda Indonesia	64
4.3 Pembahasan.....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran	111
5.2.1 Saran Akademis.....	111
5.2.2 Saran Praktis	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>News Share media monitoring</i>	8
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. 3 <i>Engagement Dimension</i>	31
Tabel 2. 4 Kerangka Pemikiran	35
Tabel 2. 5 Operasionalisasi Konsep	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Screenshoot Berita Hutang Garuda Indonesia	6
Gambar 2. 2 <i>News Share media monitoring</i>	8
Gambar 2. 3 Penelitian Terdahulu	14
Gambar 2. 4 Model <i>Interpersonal Communication</i>	26
Gambar 2. 5 Skema <i>Engagement</i>	30
Gambar 2. 6 <i>Engagement Dimension</i>	31
Gambar 2. 7 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia.....	55
Gambar 4. 2 Logo PT Garuda Indonesia(<i>Persero</i>)Tbk.	58
Gambar 4. 3 Foto Informan dari PR PT. Garuda Indonesia	60
Gambar 4. 4 Foto Informan dari media CNBC	61
Gambar 4. 5 Foto Informan dari media CNN Indonesia.....	62
Gambar 4. 6 Foto Informan dari media Detik Finance	62
Gambar 4. 7 Foto Informan triangulasi dari media PR director Mcd	63
Gambar 4. 8 Foto percakapan PR Garuda dengan media.....	69
Gambar 4. 9 Aktifitas media saat diberikan hidangan oleh PR Garuda.....	73
Gambar 4. 10 Foto Informan dari media CNBC	77
Gambar 4. 11 Foto saat kegiatan press tour.....	89