



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENYAMPAIKAN
INFORMASI DAN KEBIJAKAN PERUSAHAAN
MELALUI MEDIA INTERNAL MAJALAH BERITA JALAN TOL**

(Studi Kasus Deskriptif PT. Jasamarga (Persero) Tbk)

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Muhammad Reza Satrio

11140110007

**JURUSAN PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016**

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT
DALAM PEMBUATAN SKRIPSI**

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Reza Satrio

NIM : 11140110007

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sumbernya di dalam daftar pustaka.

U M N

Tangerang, Agustus 2016

Muhammad Reza Satrio

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

“Peran *Public Relations* dalam Menyampaikan Informasi dan Kebijakan Perusahaan melalui media internal majalah Berita Jalan Tol (Studi kasus PT Jasamarga (Persero) Tbk)”

Oleh

Muhammad Reza Satrio

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

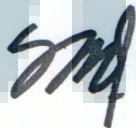
Tangerang, 21 Juli 2016

Dosen Pembimbing



Dr. Puspitasari

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Peran *Public Relations* dalam Menyampaikan Informasi dan Kebijakan Perusahaan melalui Media Internal Majalah Berita Jalan Tol (Studi Kasus PT Jasa Marga (Persero) Tbk)”

Oleh

Muhammad Reza Satrio

Telah Diujikan pada hari Rabu, 10 Agustus 2016, pukul 13.30 s.d 15.00 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Mochammad Kresna Noer., S. Sos., M. Si.

Penguji Ahli

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.

Dosen Pembimbing

Dr. Puspitasari

Disahkan oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi-UMN

Dr. Bertha Sri Eko M. M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat serta rahmatNya, Peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Peran *Public Relations* dalam Menyampaikan Informasi dan Kebijakan Perusahaan melalui Media Internal Majalah Berita Jalan Tol (Studi Kasus PT Jasamarga (Persero) Tbk)”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 Fakultas Ilmu Komunikasi, jurusan *Public Relations* di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu Peneliti terkait dengan pengarahan, bimbingan, pengumpulan data dan pemberian masukan yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini, oleh karena itu Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

UMMN

1. Dr Bertha Sri Eko M., M.Si selaku Ketua fakultas Ilmu Komunikasi program studi Public Relations yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada Peneliti.
2. Dr. Puspitasari, selaku Dosen Pembimbing dalam penelitian ini, yang telah membimbing dan mengarahkan dg sabar membantu peneliti dalam pembuatan skripsi ini.
3. Bapak Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si. dan Bapak Mochammad Kresna., S.Sos., M.Si selaku dosen penguji skripsi dan ketua siding skripsi yang telah melakukan siding atas hasil dari penelitian skripsi tentang media internal majalah berita jalan tol
4. Irra Susiyanti, Marcelinus Sonny Saputra, selaku *key* informan yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada peneliti yang telah bersedia untuk diwawancara dan dibantu untuk pengumpulan data-data yang diperlukan peneliti. Serta tidak lupa Panji Satria, Indra Alamsyah Yacob, Faiza Riani, Mintari Yulianingsih, Rico Tamba sebagai informan yang telah memberikan bantuan dengan pengumpulan data melalui wawancara sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga selesai dan baik.
5. Keluarga peneliti, Gunadi Tri Hardjamto, Neni Sissetyowati, dan Muhammad Arief Widyanto juga keluarga besar yang telah memberikan

support dan semangat kepada Peneliti selama proses penulisan skripsi ini berjalan dengan baik.

6. Rekan-rekan mahasiswa yang berada di kampus Universitas Multimedia Nusantara, Arya, Yapriyansin, Fenny, Kathleen, Stella, Ika, Anggi dan seluruh teman-teman peneliti yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Peneliti sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, hal ini dikarenakan keterbatasan Peneliti, untuk itu Peneliti mohon maaf yang sebesar-besarnya dan sangat mengharapkan adanya kritik-kritik yang membangun dan saran-saran untuk perbaikan terhadap penulisan skripsi ini.

Akhir kata, Peneliti mengucapkan banyak terima kasih, semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Tangerang, Agustus 2016

Muhammad Reza Satrio

ABSTRACT

This research aims to know the role of Public Relations namely Corporate Communications especially in the Internal Part in conveying information and company policies through internal media magazine of PT Jasamarga (Persero) Tbk.

This research method using a descriptive study and use case study of an enterprise. Using theories Corporate Communications from Cees Van Riel and Charles Fombrun and The Hierarchy of Effect Model Persuasion McGuire from Erica and Bruce. In this research, Data's obtained through observation and interview with two key sources and five sources additional data. Techniques Collections of data using observation, interview and the study of literature. For the validity of the data using the method of triangulation of data, with additional data in the form of research focuses on Berita Jalan Tol magazine as a internal media of PT Jasamarga (Persero) Tbk include content indeed, and readers of the magazine.

The results of this research show the role of Public Relations is as Communication of facilitator according to Ruslan in his quotes from Dozier and Broom, as well as the results of the analysis of the interviews of the informants, according to the Effects of Hierarchy Persuasion Model McGuire, readers of the magazine are at the stage of liking and interest, in this stage at bottom three stages of the model are presented.

Keyword: *Public Relations roles, Corporate Communications Internal, Effect of Hierarchy model of Persuasion McGuire, Internal Media Berita Jalan Tol Magazine.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti peran *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk, yang menjadi jembatan komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholders* internal. Salah satunya yaitu melalui media internal, majalah Berita Jalan Tol. Bagaimana peran *Public Relations* tersebut sebagaimana dapat dilihat dalam proses dari penyusunan majalah Berita Jalan Tol. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran dari *Public Relations* yaitu *Corporate Communications* khususnya pada bagian Internal dalam Menyampaikan Informasi dan Kebijakan Perusahaan melalui Media Internal Majalah Berita Jalan Tol di PT Jasamarga (Persero) Tbk.

Metode penelitian ini menggunakan studi kasus peran *Public Relations* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk dalam majalah Berita Jalan Tol. Menggunakan teori dan konsep *Corporate Communications* Cees Van Riel dan Charles Fombrun, dan model Persuasi efek hierarki model McGuire Erica dan Bruce. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan 2 *Key Informan* dan 5 *Informan* tambahan dan dilengkapi dengan studi literatur. Untuk keabsahan data menggunakan metode triangulasi data.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa peran dari *Public Relations* adalah sebagai fasilitator komunikasi menurut Dozier dan Broom belum maksimal dari mulai perencanaan, pelaksanaan, distribusi dan evaluasi pada majalah Berita Jalan Tol karena dalam penentuan untuk menyampaikan informasi dan kebijakan perusahaan terbatas hanya terpaku surat keputusan yang ditentukan oleh *Corporate Secretary*, pihak *Public Relations* internal tidak dapat menentukan tema. Menurut efek hierarki model perusasi McGuire, pembaca dari majalah tersebut berada pada tahap liking dan interest tahap ke tiga pada model yang disajikan yang artinya bahwa pembaca dari majalah internal Berita Jalan Tol masih menganggap berita dari yang disajikan dalam majalah apakah relevan bagi pembaca atau tidak. Kendala dalam penyusunan media internal dalam menjalankan fungsi sebagai fasilitator komunikasi adalah mengumpulkan berita-berita yang ada untuk diterbitkan dalam majalah terkendala terlambat pengiriman bahkan sampai tidak ada berita yang berdampak pada keterlambatan.

Kata Kunci : peran *Public Relations*, *Corporate Communications Internal*, *Effect of Hierarchy model of Persuasion McGuire*, Media Internal majalah Berita Jalan Tol

DAFTAR ISI

Contents

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PEMBUATAN SKRIPSI.....	1
HALAMAN PERSETUJUAN.....	2
KATA PENGANTAR.....	3
ABSTRACT.....	6
ABSTRAK.....	7
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL.....	12
BAB I.....	13
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Perumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	25
BAB II.....	26
Kerangka Teori	26
2.1 Penelitian Terdahulu	26
2.2 Landasan Teori.....	28
2.2.1 Komunikasi	28
2.2.2 Komunikasi Organisasi.....	30
2.2.3 Public Relations	31
2.2.3.1 Peran dan Fungsi PR.....	32
2.2.4 Corporate Communication.....	35
2.2.5 Media Internal	36
2.2.5.1 Bentuk Media Internal	39
2.2.6 Persuasi Model “Domino” / Efek Hierarki McGuire.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	48
BAB III	49

METODOLOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	49
3.2 Metode Penelitian	51
3.3 Key Informan dan Informan	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.5 Keabsahan Data	60
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV	63
PEMBAHASAN.....	63
4.1 Subjek / Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Profil Perusahaan PT Jasamarga (Persero) Tbk	63
4.1.2 Struktur Organisasi	68
4.1.3 Visi dan Misi PT Jasamarga (Persero) Tbk.....	70
4.1.4 Profil Unit Kerja.....	72
4.1.4.1 Struktur Organisasi divisi Corporate Secretary.....	72
4.1.4.2 Struktur Organisasi Corporate Communications	73
4.2 Hasil Penelitian	74
4.2.1 Temuan Penelitian.....	74
4.2.1.1 Peran MBT sebagai Bentuk Komunikasi Internal	74
4.2.2 Historisitas dan Dinamika dalam penyusunan majalah Berita Jalan Tol	76
4.2.2.1 Sejarah dan Proses pembuatan majalah Berita Jalan Tol.....	76
4.2.2.2 Perubahan yang terjadi terkait majalah Berita Jalan Tol.....	80
4.2.3 Strategi Perusahaan dalam Mendiseminasikan Kebijakan melalui majalah Berita Jalan Tol.....	84
4.2.3.1 Peran PR dalam Menjembatani/Fasiltasi Diseminasi info melalui Majalah Berita Jalan Tol.....	84
4.2.4 Manfaat Majalah Berita Jalan Tol Bagi Karyawan.....	88
4.2.5 Kendala yang Ditemukan dalam Majalah Berita Jalan Tol dan Langkah untuk Mengatasinya	91
4.3 Pembahasan.....	93
BAB V	104
KESIMPULAN DAN SARAN.....	104

5.1	Kesimpulan	104
5.2	Saran	105
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	105
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	106
DAFTAR PUSTAKA		107
Riwayat Hidup.....		110
LAMPIRAN.....		111



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Persuasi Efek Hierarki McGuire.....	30.
Gambar 4.1 Logo PT Jasamarga (Persero) Tbk.....	55
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PT Jasamarga (Persero) Tbk.....	56
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Corporate Secretary.....	60
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Corporate Communications.....	61
Gambar I Foto dengan Irra Susiyanti.....	94.
Gambar II Foto dengan Sonny Saputra.....	94
Gambar III Foto dengan Panji Satria.....	94
Gambar IV Foto dengan Faiza Riani.....	94
Gambar V Foto dengan Mintari Yulianingsih.....	95
Gambar VI Foto dengan Indra Alamsyah.....	95
Gambar VII Sampul depan BJT 160.....	95
Gambar VIII Sampul depan BJT 161.....	95
Gambar IX Sampul depan BJT 162.....	96
Gambar X Daftar Isi BJT 160.....	96
Gambar XI Daftar Isi BJT 161.....	96
Gamabr XII Daftar Isi BJT 162.....	97
Gambar XIII konten Pesan Manajemen.....	97
Gambar XIV Konten KataKita.....	98
Gambar XV Konten Varia SK.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Visi dan Misi PT. Jasamarga (Persero) Tbk.....	58
Tabel I pendapat majalah Berita Jalan Tol menyangkut konten apakah yang memberikan wawasan pada lingkungan kalangan Internal Perusahaan.....	98
Tabel II Perbandingan isi dari majalah dari 3 edisi terakhir yang ada pada majalah BJT jasamarga Hasil dari analisis konten yang terdapat pada majalah berita jalan tol yang terkait dengan kontennya	99
Tabel III Hasil dari analisis konten yang terdapat pada majalah berita jalan tol yang terkait dengan kontennya.....	100

UMMN