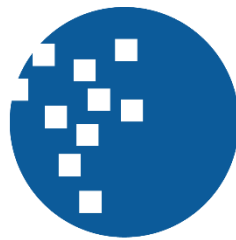


**POLA KOMUNIKASI KONSULTAN PUBLIC RELATIONS
WEBER SHANDWICK DALAM MEMELIHARA HUBUNGAN
BISNIS DENGAN KLIEN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Fazar Adhi Pramana

0000041327

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**POLA KOMUNIKASI KONSULTAN PUBLIC RELATIONS
WEBER SHANDWICK DALAM MEMELIHARA HUBUNGAN
BISNIS DENGAN KLIEN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Fazar Adhi Pramana

0000041327

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fazar Adhi Pramana

Nomor Induk Mahasiswa : **0000041327**

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

**POLA KOMUNIKASI KONSULTAN PUBLIC RELATIONS WEBER
SHANDWICK DALAM MEMELIHARA HUBUNGAN BISNIS DENGAN
KLIEN**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Desember 2024



Fazar Adhi Pramana

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

POLA KOMUNIKASI KONSULTAN PUBLIC RELATIONS WEBER
SHANDWICK DALAM MEMELIHARA HUBUNGAN BISNIS DENGAN
KLIEN

Oleh

Nama : Fazar Adhi Pramana
NIM : 00000041327
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
sidang ujian skripsi Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 22 November 2024

Pembimbing


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pola Komunikasi Konsultan Public Relations Weber Shandwick dalam Memelihara Hubungan Bisnis dengan Klien

Oleh

Nama : Fazar Adhi Pramana

NIM : 00000041327

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 3 Desember 2024

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Silvanus Alvin
Digitally signed
by Silvanus Alvin
Date: 2024.12.12
09:51:33 +07'00'

Silvanus Alvin, S.I.Kom, M.A.

NIDN 0309109001

Penguji

Riatus, S.Sos., M.Ikom.

NIDN 0302077803

Pembimbing

Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2024.12.12
14:07:59 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si

NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2024.12.12
14:08:08 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si

NIDN 0304078404

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fazar Adhi Pramana
NIM : 00000041327
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pola Komunikasi Konsultan Public Relations
Weber Shandwick dalam Memelihara
Hubungan Bisnis dengan Klien

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 22 November 2024



Fazar Adhi Pramana

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pola Komunikasi Konsultan Public Relations Weber Shandwick dalam Memelihara Hubungan Bisnis dengan Klien." Penelitian ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

Mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara sekaligus dosen pembimbing dalam penelitian ini.
4. Bapak Dr. Teguh Dwi Putranto, S.Pd., S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Pembimbing pertama saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Nathaniel Antonio S.Psi, M.I.Kom, selaku Pembimbing kedua saya yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Mas dom, Mas Syaban, Pak Giri dan Pak Danang selaku informan yang memberikan waktunya dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Difa Ryansyah, Kevin James, Fayyadh Luqman, Fatin Fadillah, Ahmad Daerobi, Muhammad Izza, selaku sahabat yang menemani dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini hingga sidang.
9. Teman-teman #Sebatgak?, selaku *support system* saya selama proses pengerjaan skripsi. Dipsi, Daffa Kons, Gipsek, Alghi, Igoy, Gorbs, Pikew, Ndu, Joekristn, Hubby, Andre, Aceng semoga kalian sukses selalu.
10. Teman-teman Maba Santuy, selaku *support system* saya selama proses pengerjaan skripsi. Doby, Dopet, Ija, Salpunk, Palmon, Komang semoga kalian sukses selalu.
11. Fitri Yani Wulansari, selaku pasangan saya yang membantu sekaligus memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini membuka ruang penelitian lebih lanjut mengenai pola komunikasi PR, terutama di konteks agensi besar dan skala internasional serta memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana komunikasi strategis digunakan untuk membangun dan memelihara hubungan bisnis jangka panjang dengan klien.

Tangerang, 22 November 2024



Fazar Adhi Pramana

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

POLA KOMUNIKASI KONSULTAN PUBLIC RELATIONS WEBER SHANDWICK DALAM MEMELIHARA HUBUNGAN BISNIS DENGAN KLIEN

Fazar Adhi Pramana

ABSTRAK

Dalam perusahaan jasa komunikasi, khususnya konsultan Public Relations, pola komunikasi yang baik merupakan kunci untuk memelihara hubungan dengan klien. Upaya dan sumber daya harus diarahkan untuk memahami klien, yang akan membuat kolaborasi lebih sukses dan efisien. Hal ini dapat dianggap sebagai keterampilan untuk dapat mengidentifikasi tindakan apa yang dihargai, karena perusahaan harus responsif dan peka terhadap perilaku, gaya pribadi, preferensi, dan sikap emosional klien. Peneliti melakukan riset awal bahwa penelitian mengenai hubungan Konsultan Public Relations dan klien jarang dipelajari, spesifik lagi mengenai pola komunikasi. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana pola komunikasi yang terjadi di Weber Shandwick dalam membangun hubungan mereka dengan klien. Metode yang digunakan adalah metode studi kasus yang bertujuan untuk menguraikan secara lebih menyeluruh mengenai aspek-aspek yang sedang diteliti dengan data yang ada. Temuan dari penelitian ini adalah kemampuan konsultan PR seperti Weber Shandwick dalam mengadaptasi pola komunikasi yang fleksibel dan berbasis hubungan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan klien. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif tidak hanya berfokus pada pencapaian hasil yang diinginkan klien, tetapi juga melibatkan elemen proaktif dari konsultan dalam memberikan solusi dan saran untuk memperkuat citra klien di mata publik.

Kata kunci: Pola Komunikasi, Weber Shandwick, Public Relations, Klien, Komunikasi Interpersonal

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

COMMUNICATION PATTERNS OF THE PUBLIC RELATIONS CONSULTANT WEBER SHANDWICK IN MAINTANING BUSINESS RELATIONSHIPS WITH CLIENTS

Fazar Adhi Pramana

ABSTRACT

In communication service companies, particularly Public Relations consultants, effective communication patterns are key to maintaining relationships with clients. Efforts and resources must be directed towards understanding the client, which will make collaboration more successful and efficient. This can be considered a skill in identifying actions that are valued, as the company must be responsive and attuned to the client's behavior, personal style, preferences, and emotional attitudes. The researcher conducted preliminary research and found that studies on the relationship between Public Relations consultants and clients are rare, especially regarding communication patterns. Therefore, the researcher aims to explore how communication patterns at Weber Shandwick contribute to building relationships with clients. The method used is a case study, aimed at providing a more comprehensive explanation of the aspects being studied with the available data. The finding of this study is the ability of PR consultants like Weber Shandwick to adapt flexible, relationship-based communication patterns to meet the needs and expectations of clients. The study shows that effective communication not only focuses on achieving the desired outcomes for clients, but also involves proactive elements from the consultant in providing solutions and advice to strengthen the client's image in the public eye.

Keywords: *Communication Pattern, Weber Shandwick, Public Relations, Client, Interpersonal Communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Akademis	5
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.4.3 Keterbatasan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Konsep	27
2.2.1 Komunikasi Interpersonal	27
2.2.2 Pola Komunikasi	32
2.3 Landasan Teori	36
2.4 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian	43
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	43
3.3 Metode Penelitian	44
3.4 Pemilihan Informan	44

3.5	Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1.	Data Primer	47
3.5.2.	Data Sekunder	47
3.6	Keabsahan Data	47
3.7	Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	51
4.1.1.	Subjek Penelitian	51
4.1.2.	Objek Penelitian	55
4.2	Hasil Penelitian	56
4.2.1.	Komunikasi Konsultan PR dengan Klien	56
4.2.1.1	Gambaran Komunikasi Konsultan PR dengan Klien	56
4.2.1.2	Pengaruh Budaya dan Konteks Sosial dalam Komunikasi ...	59
4.2.1.3	Saluran Komunikasi yang digunakan Konsultan dan Klien .	62
4.2.1.4	Hambatan Komunikasi antara Konsultan dan Klien	64
4.2.1.5	Penerapan Prinsip Etika Komunikasi Konsultan dan Klien	66
4.2.2.	Pola Komunikasi Konsultan PR dan Klien	68
4.2.3.	<i>Client-Firm Relationship</i>	73
4.2.3.1	Saling Percaya & Transparansi	73
4.2.3.2	Tujuan dan Harapan Klien	75
4.2.3.3	Antisipasi dan Menangani Risiko	77
4.2.3.4	Terbuka dan Saling Jujur	79
4.2.3.5	Pentingnya Komunikasi yang Baik	81
4.2.3.6	Akses ke Manajemen	83
4.3	Pembahasan	86
4.3.1.	Komunikasi Konsultan PR dengan Klien	86
4.3.2.	Pola Komunikasi Klien dan Konsultan	91
4.3.3.	The Client-Firm Relationships	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran	102
5.2.1	Saran Akademis	103

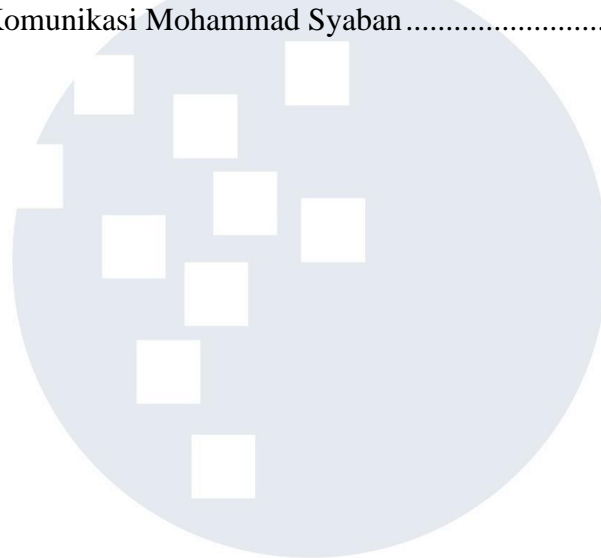
5.2.2 Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	106



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

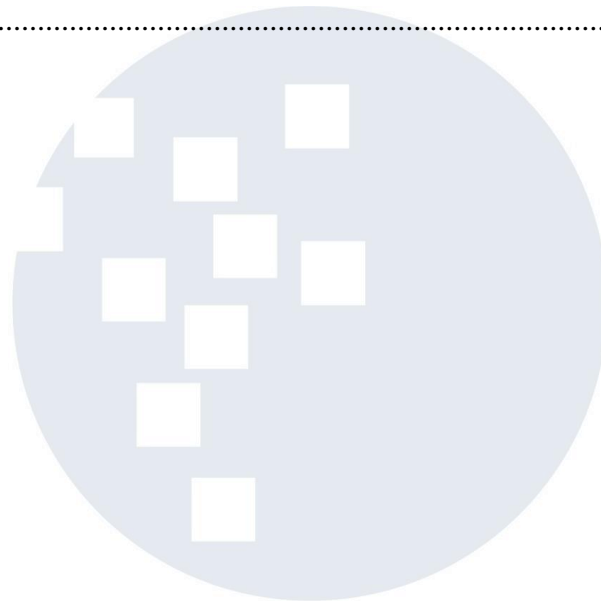
Tabel 3.1 Daftar Informan.....	46
Tabel 4.1 Pola Komunikasi Giri Suhardi	69
Tabel 4.2 Pola Komunikasi Kleopas Danang Bintoroyakti	70
Tabel 4.3 Pola Komunikasi Vinsensius Dimas Anantyo (Dom).....	71
Tabel 4.4 Pola Komunikasi Mohammad Syaban	73



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pola Komunikasi Linear.....	33
Gambar 2.2 Pola Komunikasi Interaktif	34
Gambar 2.3 Pola Komunikasi Transaksional.....	35
Gambar 2.4 Elemen-elemen hubungan luar biasa dengan konsultan Public Relations.....	38



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin (Wajib Ada)	106
Lampiran B. Konsultasi Form	107
Lampiran C. Lembar Persetujuan dan Transkrip	108



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA