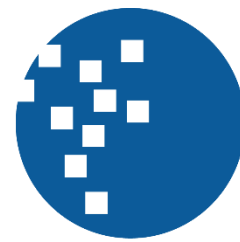


**STRATEGI PUBLIC RELATIONS KG MEDIA DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI
PROGRAM *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS*
“LESTARI”**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TESIS

Agung Wibawanto
00000104208

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

2025

**STRATEGI PUBLIC RELATIONS KG MEDIA DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM
SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS “LESTARI”**



TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.Ikom)

Agung Wibawanto

00000104208

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Agung Wibawanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000104208

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Jenjang : S2

Tesis dengan judul:

**STRATEGI PUBLIC RELATION KG MEDIA DALAM MEMBANGUN
CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM *SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS* “LESTARI”**

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain. Seluruh 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juli 2025



Agung Wibawanto

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

“Strategi Public Relations KG Media dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program Sustainable Development Goals ‘Lestari’”

Oleh

Nama : Agung Wibawanto

NIM : 00000104208

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025

Pukul 14:30 – 16:00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang



Yearry Panji Setianto, S.Sos M.Si., Ph.D

NIDN: 0331128201

Penguji



Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D

NIDN: 0309017603

Pembimbing I



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.

NIDN: 0320077401

Pembimbing II,



Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si.

NIDN: 0301036603

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi,



Dr. Ignatius Haryanto Djoewanto, S.Sos., M.Hum.

NIDN: 0323036905

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Wibawanto
NIM : 00000104208
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenjang : S2
Judul Karya Ilmiah :

STRATEGI PUBLIC RELATION KG MEDIA DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS* “LESTARI”

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, 3 Juli 2025



Agung Wibawanto

* 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 dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan karunia-Nya, serta kekuatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Strategi Public Relations KG Media dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program Sustainable Development Goals ‘Lestari’” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I. Kom) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari betapa pentingnya penerapan ilmu dan pengetahuan yang telah diajarkan oleh Bapak dan Ibu dosen semasa perkuliahan salah satunya melalui penelitian. Saya berharap penelitian juga dapat memberikan manfaat dan menjadi sarana berbagi ilmu kepada para pembaca hasil penelitian ini.

Secara khusus saya mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah menyetujui, membantu, dan mendukung proses pembuatan tesis ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara sekaligus Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian tesis ini.
3. Bapak Dr. Ignatius Haryanto Djoewanto, S.Sos., M.Hum., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si., sebagai Pembimbing kedua yang selalu memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan dukungan dalam terselesainya tesis ini.
5. Keluarga besar Bambang Mudjiono dan keluarga besar Harry Djauhari yang telah memberikan dukungan moral dan material serta selalu memotivasi untuk terus belajar dan berbagi ilmu kepada sesama.
6. Dewi, Tama dan Nendra yang selalu memberikan semangat, do’a, perhatian dan kecintaan untuk terus mendukung penulis selama proses menyelesaikan studi magister ini, insyaallah ilmu ini akan menjadi berkah untuk kita bersama.

7. Pihak KG Media; Mas Dimas Fikhriadi, Mba Deasy Diansari, Mas Luthfi, Mas Dian Gemiano selaku inisiatior program Lestari KG Media yang telah bersedia untuk memberikan waktu dan kesempatan untuk berdiskusi, bertukar pikiran dan memberikan data-data yang diperlukan oleh penulis dalam tesis ini.
8. Teman-teman MIKOM batch 5 seperjuangan yang telah memberikan dukungan untuk bersama-sama belajar dan melewati semua ujian yang ada.
9. Rekan-rekan unit kerja Grid Network khususnya tim Marcom, Activation & Community yang telah memberikan saya waktu dan kesempatan untuk kuliah sambil bekerja. Betul ini tidak mudah, Insyaallah ilmunya akan menjadi berkah untuk bersama.
10. Donny Fernando dari MIKOM batch 4 dan Almarhum Diky Wahyudi Lubis dari MIKOM batch 5 yang telah menginspirasi, memotivasi serta meyakinkan penulis untuk ikut dalam program studi magister dan banyak membantu selama proses perjalanan penulis menyelesaikan studi magister ini.
11. Serta seluruh pihak yang telah berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan, do'a, motivasi, dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kesuksesan.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat menjadi sumbangsih yang dapat bermanfaat serta menginspirasi berbagai pihak dalam aspek pendidikan maupun industri. Semoga tesis ini dapat menjadi bagian yang membawakan perubahan berarti.

Tangerang, 03 Juli 2025



Agung Wibawanto

STRATEGI PUBLIC RELATION KG MEDIA DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM *SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS* “LESTARI”

Agung Wibawanto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi public relations yang diterapkan oleh KG Media dalam membangun citra perusahaan melalui program *Sustainable Development Goals* (SDGs) bertajuk *Lestari*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus tunggal, yang secara mendalam mengkaji program *Lestari* sebagai perwujudan strategi komunikasi korporat berbasis nilai keberlanjutan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta telaah dokumen dan publikasi media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KG Media mengadopsi kerangka strategi komunikasi Ronald D. Smith yang meliputi tahap *formative research*, *strategy*, *tactics*, *implementation*, dan *evaluative research*. Dalam tahap taktik, KG Media menerapkan berbagai teknik komunikasi seperti kampanye media sosial, publikasi konten multiplatform, kolaborasi komunitas, event edukatif, dan storytelling berbasis jurnalisme solusi. Seluruh taktik tersebut diarahkan untuk memperkuat resonansi emosional dan meningkatkan keterlibatan publik terhadap isu keberlanjutan. Temuan menunjukkan bahwa strategi *Public Relations* KG Media secara signifikan berkontribusi dalam pembentukan citra perusahaan sebagai entitas media yang progresif, kredibel, dan berkomitmen terhadap transformasi sosial melalui agenda keberlanjutan.

Kata kunci: strategi public relations, citra perusahaan, KG Media, SDGs Lestari.

KG MEDIA'S PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN BUILDING CORPORATE IMAGE THROUGH THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS PROGRAM “LESTARI”

Agung Wibawanto

ABSTRACT

This study aims to analyze the public relations strategy implemented by KG Media in building corporate image through its Sustainable Development Goals (SDGs) program titled Lestari. The study employs a descriptive qualitative approach using a single case study method, which thoroughly examines the Lestari program as a manifestation of corporate communication strategy grounded in sustainability values. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and document and media publication analysis. The findings reveal that KG Media adopts Ronald D. Smith's communication strategy framework, which consists of five key stages: formative research, strategy, tactics, implementation, and evaluative research. In the tactical phase, KG Media applied various communication techniques such as social media campaigns, multiplatform content publication, community collaboration, educational events, and storytelling based on solution journalism. All tactics were designed to enhance emotional resonance and increase public engagement with sustainability issues. The findings suggest that KG Media's public relations strategy significantly contributes to shaping the company's image as a progressive, credible, and socially responsible media entity committed to driving transformation through the sustainability agenda.

Keywords: *public relations strategy, corporate image, KG Media, SDGs Lestari.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Akademis.....	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1. Penelitian Terdahulu	14
2.1.1. Penerapan Konsep <i>Public Relations</i> Ronald D. Smith dalam Strategi Komunikasi.....	14
2.2. Teori dan Konsep.....	22
2.2.1. Public Relations.....	22
2.2.2. Fungsi Public Relations	24
2.2.3. Strategi <i>Public Relations</i>.....	26

2.2.4. “ <i>The Nine Steps of Strategic Public Relations</i> ” Ronald D Smith	27
2.2.5. Citra Perusahaan	32
2.3. Alur Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Informan Penelitian	40
3.6 Keabsahan Penelitian	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Subjek/Objek Penelitian.....	47
4.2. Hasil Penelitian.....	49
4.2.1. Strategi KG Media dalam Mengidentifikasi Kebutuhan dan Harapan <i>Stakeholder</i>	49
4.2.2. Strategi <i>Public Relations</i> KG Media dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program Sustainable Development Goals Lestari.....	80
4.2.3. Taktik Komunikasi KG Media untuk Memperkuat Citra di Mata <i>Stakeholder</i>	100
4.2.4. Evaluasi Efektivitas Strategi <i>Public Relations</i> KG Media	113
4.3. Pembahasan.....	121
4.3.1. Strategi <i>Public Relations</i> KG Media	124
4.3.2. Brand Image KG Media	131
4.3.3. Model Strategi <i>Public Relations</i> KG Media	134
4.3.4. Kontribusi Penelitian terhadap Penelitian Sebelumnya dan Pengembangan Konsep Terkait	142

BAB V.....	146
SIMPULAN DAN SARAN.....	146
5.1. Simpulan.....	146
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	148
5.3. Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA.....	152
LAMPIRAN.....	156
Lampiran A. Hasil Presentase Turnitin.....	157
Lampiran B. Formulir Bimbingan Tesis 1.....	167
Lampiran C. Formulir Bimbingan Tesis 2.....	169
Lampiran D. Tabel Reka Wawancara.....	172
Lampiran E. Consent Form Partisipan Penelitian 1.....	189
Lampiran F. Consent Form Partisipan Penelitian 2.....	190
Lampiran G. Coding Informan 1.....	191
Lampiran H. Coding Informan 2.....	226
Lampiran I. Curriculum Vitae.....	260



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Survey media Kompas Group	2
Gambar 1.2. Survei katadata.com	3
Gambar 2.1 Alur Penelitian/Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1: Lestari KG Media Group	52
Gambar 4.2: Komunitas dan Kolaborasi KG Media Group	53
Gambar 4.3: ESG Deserve KG Media Group	56
Gambar 4.4: Lestari Award 2025 KG Media Group	60
Gambar 4.5: Lestari Award 2025 KG Media Group	60
Gambar 4.6: Mision Lestari KG Media Group	62
Gambar 4.7: Regional Impact KG Media Group	63
Gambar 4.8: Media Inetelegent KG Media Group	68
Gambar 4.9: Market KG Media Group	73
Gambar 4.10: Lestari Forum KG Media Group	82
Gambar 4.11: Jurnalism Impact KG Media Group	93
Gambar 4.12: Assesor Lestari Award KG Media Group	95
Gambar 4.13: Stragei PR KG Media Group	135
Gambar 4.14: Strategi PR KG Media Group	137



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Studi Dokumen	39
Tabel 3.2 Data Informan	41
Tabel 4.1 Matrix Resiko Komunikasi	58
Tabel 4.2 Aktivitas/Program KG Media pada tahapan Analyzing the Situation, Organization dan Public	79
Tabel 4.3 Aktivitas/Program KG Media pada Tahapan Establishing Goals and Objectives, Penyusunan Formulasi Strategi untuk Tindakan dan Respon, Pengembangan Komunikasi Efektif	98
Tabel 4.4 Aktivitas/Program KG Media pada Tahapan Selecting Communication Tactics, Implementing the strategic plan	111
Tabel 4.5 Aktivitas/Program KG Media pada Tahapan Evaluative research ..	120

