

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* TRIBUNNEWS DALAM
MEMBANGUN CITRA TRIBUNNEWS.COM SEBAGAI
MEDIA LOKAL YANG BERKUALITAS**



FENTY FAUZIAH NUR ISLAMI

00000110461

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* TRIBUNNEWS DALAM
MEMBANGUN CITRA TRIBUNNEWS.COM SEBAGAI
MEDIA LOKAL YANG BERKUALITAS**



TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Magister Ilmu Komunikasi

FENTY FAUZIAH NUR ISLAMI

00000110461

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fenty Fauziah Nur Islami

Nomor Induk Mahasiswa : 00000110461

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Jenjang : S2

Tesis dengan judul:

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* TRIBUNNEWS DALAM MEMBANGUN
CITRA TRIBUNNEWS.COM SEBAGAI MEDIA LOKAL YANG
BERKUALITAS

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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Desember 2024



(Fenty Fauziah Nur Islami)

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

Strategi *Public Relations* Tribunnews dalam Membangun Citra Tribunnews.com
sebagai Media Lokal yang Berkualitas

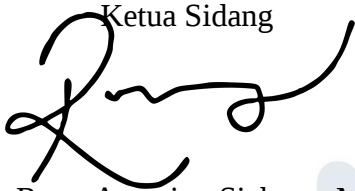
Oleh

Nama : Fenty Fauziah Nur Islami
NIM : 00000110461
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Desember 20224
Pukul 10.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Rony Agustino Siahaan, M.Si.
NIDN 0309087205

Penguji



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0404038205

Pembimbing I



Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D
NIDN 0309017603

Pembimbing II



Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih, M.Si
NIDN 301036603

Ketua Program Studi Magister Ilmu
Komunikasi



Dr. Ignatius Haryanto, M.Hum
NIDN 0313088403

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fenty Fauziah Nur Islami
NIM : 00000110461
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Jenjang : ~~D3/S1~~/S2* (pilih salah satu)
Judul Karya Ilmiah : Strategi *Public Relations* Tribunnews dalam
Membangun Citra Tribunnews.com sebagai
Media Lokal yang Berkualitas

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, 28 Desember 2024



(Fenty Fauziah Nur Islami)

* 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 haturkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas selesainya tesis dengan judul ”Strategi *Public Relations* Tribunnews dalam Membangun Citra Tribunnews.com sebagai Media Lokal yang Berkualitas”. Setelah menempuh program magister selama kurang lebih 3 semester, akhirnya saya berhasil menyelesaikan penelitian ini 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 seluruh pihak yang telah menyetujui, membantu, dan mendukung proses pembuatan tesis ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rizmi Juliadi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Ignatius Haryanto, M.Hum, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ambang Priyonggo, S.S., M.A., Ph.D, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih, M.Si, selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Ayah dan Ibuku, serta kakak-kakak yang selalu memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Rekan-rekan Batch 5 yang telah bersama-sama berjuang dan belajar bersama.

8. Pihak Tribun Network; Bang Dahlan Dahi selaku CEO Tribun Network, Mas Aziz selaku Marketing Communication Manager dan Mas Hamzah selaku Marketing Communication Superintendent yang telah berbaik hati memberikan wawasan luas untuk mendukung hasil penelitian dan bersedia menjadi informan penelitian ini.
9. Rekan-rekan unit kerja Tribunnews terkhusus tim AdOps Creative yang telah memberikan saya waktu dan kesempatan untuk belajar semasa kerja.
10. Teman-teman yang tak henti-hentinya memberikan support Siwi, Retno, Bilqis, Ani dan Astari.
11. Serta seluruh pihak yang telah berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan, doa, motivasi, dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kesuksesan.

Dengan demikian, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat ilmiah dan praktis kepada seluruh pembacanya.

Tangerang, 28 Desember 2024



(Fenty Fauziah Nur Islami)



STRATEGI PUBLIC RELATIONS TRIBUNNEWS DALAM MEMBANGUN CITRA TRIBUNNEWS.COM SEBAGAI MEDIA LOKAL YANG BERKUALITAS

(Fenty Fauziah Nur Islami)

ABSTRAK

Di era digital, media massa dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Tribunnews, sebagai salah satu portal berita lokal terbesar di Indonesia, menghadapi tantangan untuk mempertahankan relevansi dan kepercayaan audiens di tengah persaingan ketat. Dalam menghadapi situasi ini, Tribunnews mengembangkan berbagai strategi *public relations* untuk membangun citra sebagai media lokal yang berkualitas dan terpercaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *public relations* yang diterapkan oleh Tribunnews. Fokus penelitian meliputi identifikasi kebutuhan dan harapan audiens lokal, analisis strategi utama yang digunakan, evaluasi taktik komunikasi yang diterapkan, serta penilaian efektivitas strategi tersebut dalam mencapai tujuan perusahaan. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode studi kasus, melibatkan wawancara dan analisis dokumen internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tribunnews menggunakan model sembilan langkah strategi komunikasi Ronald D. Smith, dimulai dari penelitian formatif hingga evaluasi. Pendekatan *hyperlocal* menjadi inti strategi, yang diwujudkan melalui program seperti kampanye "Bangga Melokal" dan "Lokal Bercerita". Strategi ini berhasil meningkatkan kedekatan dengan audiens lokal dan memperkuat posisi Tribunnews sebagai sumber berita terpercaya. Kesimpulan penelitian ini menyoroti pentingnya analisis situasi mendalam, pemetaan audiens yang strategis, dan komunikasi transparan dalam membangun citra positif. Temuan ini memberikan panduan praktis bagi praktisi *public relations*, khususnya dalam konteks media massa di era digital.

Kata kunci: *public relations*, *brand image*, media lokal, strategi komunikasi, *hyperlocal*

PUBLIC RELATIONS STRATEGIES OF TRIBUNNEWS IN BUILDING TRIBUNNEWS.COM IMAGES AS A HIGH QUALITY LOCAL MEDIA

(Fenty Fauziah Nur Islami)

ABSTRACT

In the digital era, mass media faces increasing demands to adapt to shifting patterns of information consumption. Tribunnews, one of Indonesia's largest local news portals, is challenged to maintain its relevance and credibility amidst intense competition. To address these challenges, Tribunnews has developed various public relations strategies aimed at establishing its image as a high-quality and trustworthy local media outlet. This study aims to analyze the public relations strategies implemented by Tribunnews. The focus includes identifying the needs and expectations of local audiences, analyzing the core strategies employed, evaluating the communication tactics applied, and assessing the effectiveness of these strategies in achieving corporate objectives. A qualitative approach was adopted using a case study method, combining in-depth interviews and internal document analysis as data collection techniques. The results reveal that Tribunnews follows Ronald D. Smith's nine-step strategic communication model, ranging from formative research to evaluation. A hyperlocal approach serves as the cornerstone of its strategy, materialized through programs like the “Bangga Melokal” and “Lokal Bercerita” campaigns. This strategy effectively fosters closer connections with local audiences and reinforces Tribunnews’ position as a reliable news source. The findings underscore the importance of thorough situational analysis, strategic audience mapping, and transparent communication in building a strong corporate image. These insights provide practical guidance for public relations practitioners, particularly within the mass media industry in the digital era.

Keywords: public relations, brand image, local media, communication strategy, hyperlocal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Akademis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Penerapan Konsep <i>Public Relations</i> Ronald D. Smith dalam Strategi Komunikasi	13
2.1.2 Pengaruh <i>Public Relations</i> terhadap <i>Brand Image</i>	15
2.2 Teori atau Konsep	22
2.3 <i>Public Relations</i>	22
2.3.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	22
2.3.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	23
2.3.3 Peran <i>Public Relations</i>	24

2.3.4	Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	25
2.3.5	Kegiatan <i>Public Relations</i>	25
2.4	Strategi <i>Public Relations</i>	26
2.5	<i>Hyperlocal</i>.....	27
2.6	Sembilan Langkah Strategis <i>Public Relations</i> Ronald D Smith.....	29
2.7	<i>Brand Image</i>	51
2.6.1	Definisi <i>Brand Image</i>	51
2.6.2	Dimensi <i>Brand Image</i>	52
2.6.3	Faktor-faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	53
2.6.4	Komponen <i>Brand Image</i>	54
2.6.5	Indikator Variabel <i>Brand Image</i>	56
2.8	Alur Penelitian/Kerangka Berpikir.....	57
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	59
3.1	Paradigma Penelitian.....	59
3.2	Jenis dan Sifat Penelitian.....	60
3.3	Metode Penelitian.....	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	62
3.5	Teknik Analisis Data.....	64
3.6	Keabsahan Data.....	66
3.7	Triangulasi.....	67
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	69
4.2	Hasil Penelitian.....	71
4.2.1	Strategi Tribunnews dalam Mengidentifikasi Kebutuhan dan Harapan Audiens	72
4.2.2	Strategi Utama Tribunnews dalam Membangun Citra sebagai Media Lokal Berkualitas	100
4.2.3	Taktik Komunikasi untuk Memperkuat Citra di Mata Audiens Lokal.....	121
4.2.4	Evaluasi Efektivitas Strategi <i>Public Relations</i>	126
4.3	Pembahasan	134

4.3.1	Strategi <i>Public Relations</i> Tribunnews	134
4.3.2	<i>Brand Image</i> Tribunnews	143
4.3.3	Model Strategi <i>Public Relations</i> Tribunnews	147
4.3.4	Kontribusi Penelitian terhadap Penelitian Sebelumnya dan Pengembangan Konsep Terkait	151
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	155
5.1	Simpulan	155
5.2	Keterbatasan Penelitian	156
5.3	Saran	156
5.2.1	Saran Akademis	156
5.2.2	Saran Praktis	157
DAFTAR PUSTAKA		159
LAMPIRAN		165



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Informan	64
Tabel 4.1 Aktivitas/Program Tribunnews pada tahapan <i>Analyzing the Situation, Organization dan Public</i>	98
Tabel 4.2 Aktivitas/Program Tribunnews pada Tahapan <i>Establishing Goals and Objectives</i> , Penyusunan Formulasi Strategi untuk Tindakan dan Respon, Pengembangan Komunikasi Efektif.....	118
Tabel 4.3 Aktivitas/Program Tribunnews pada Tahapan <i>Selecting Communication Tactics, Implementing the Strategic Plan</i>	125
Tabel 4 4 Aktivitas/Program Tribunnews pada Tahapan <i>Evaluative Research..</i>	132



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia 2016	2
Gambar 1.2 <i>Top Website</i> Media di Indonesia	2
Gambar 1.3 <i>Total Visit Last 3 Months</i>	3
Gambar 1.4 <i>Perception When Hear “Tribunnews”</i>	5
Gambar 1.5 Hasil survei Neilson Tribunnews 2020	5
Gambar 2.1 <i>Four Phases of Strategic Planning</i>	30
Gambar 2.2 <i>The Public Relations Audit</i>	31
Gambar 2.3 <i>Categories of Publics</i>	33
Gambar 2.4 <i>Three Cs of Effective Communication</i>	39
Gambar 2.5 Alur Penelitian/Kerangka Berpikir.....	57
Gambar 4.1 Survei Neilson Tribunnews 2020	89
Gambar 4.2 <i>Campaign</i> Bangsa Melokal.....	109
Gambar 4.3 <i>Campaign</i> Lokal Bercerita	110
Gambar 4.4 <i>Campaign</i> Semester Mencegah Stunting.....	112
Gambar 4.5 Model Strategi <i>Public Relations</i> Tribunnews	147
Gambar 4.6 Strategi <i>public relations</i> Ronald D Smith	148



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Presentase Turnitin.....	166
Lampiran 2 Formulir Konsultasi Tesis – Dosen 1	176
Lampiran 3 Formulir Konsultasi Tesis - Dosen 2.....	177
Lampiran 4 Tabel Reka Wawancara	178
Lampiran 5 Coding Informan 1 – Dahlan Dahi (CEO Tribun Network).....	214
Lampiran 6 Coding Informan 2 – Abdul Aziz (Marketing Communication Manager)	242
Lampiran 7 Coding Informan 3 – Hamzah (Marketing Communication Superintendent)	324
Lampiran 8 Surat Penelitian.....	382

