

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* GOOD NEWS FROM
INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



OLEH :

SALSHABILLA PERMATA H.

17043010118

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2021**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* GOOD NEWS FROM INDONESIA
DI MASA PANDEMI COVID-19**

Disusun oleh:

SALSHABILLA PERMATA HERSANANDA
NPM. 17043010118

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,


REMBIMBING


DRA. DIANA AMALIA, M.Si
NPT. 030213652

Mengetahui,

DEKAN FISIP





DR. DRs. E.C. GENDUT SUKARNO, MS. CHRA
NIP. 195907011987031001

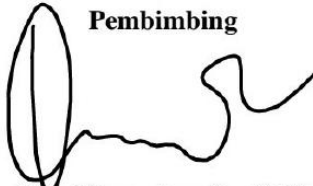
**STRATEGI PUBLIC RELATIONS GOOD NEWS FROM INDONESIA
DI MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh:

SALSHABILLA PERMATA HERSANANDA

17043010118

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal 7 Juni 2021

Pembimbing

Dra. Diana Amalia, M.Si
NPT. 030213652


Tim Penguji,
1. Ketua

Dra. Diana Amalia, M.Si
NPT. 030213652

2. Sekretaris


Dra. Dyva Claretta, M.Si
NPT. 3 6601 94 0025 1

3. Anggota


Syifa Syarifah A., S.Sos., M. Commun
NPT. 3 8403 10 02991

Mengetahui
DEKAN FISIP


DR. DRs. T.C. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

Terima kasih sudah jadi sosok yang kuat untuk Salsha,
sampai di titik sekarang ini semua berkat usaha dan
doa mama.

Love you, ma. Ini buat mama...

ABSTRAK

**SALSHABILLA PERMATA HERSANANDA, 17043010118, STRATEGI
PUBLIC RELATIONS GOOD NEWS FROM INDONESIA DALAM
MEMPERTAHANKAN CORPORATE IMAGE SEBAGAI MEDIA
“JURNALISME POSITIF” DI MASA PANDEMI COVID-19**

Di masa pandemi COVID-19, seluruh perusahaan berupaya untuk mempertahankan citra positif di mata masyarakat. Good News From Indonesia (GNFI) merupakan salah satu perusahaan yang berupaya untuk mempertahankan citra positif meskipun di masa pandemi. Penelitian ini membahas bagaimana strategi *public relations* Good News From Indonesia dalam mempertahankan *corporate image* di masa pandemi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teori strategi *public relations* Cutlip, Center, dan Broom. Pengumpulan data dilakukan dengan *indepth interview* kepada karyawan Good News From Indonesia yang terkait dengan proses mempertahankan citra. Hasil dari penelitian ini terdapat empat tahapan strategi *public relations* yang diterapkan oleh Good News From Indonesia, yaitu *finding the fact and defining the problem, planning and programming, action and communication, dan evaluation.*

Kata Kunci: *Public relations, Citra, Pandemi COVID-19*

ABSTRACT

**SALSHABILLA PERMATA HERSANANDA, 17043010118, GOOD NEWS
FROM INDONESIA'S PUBLIC RELATIONS STRATEGY IN MAINTAINING
CORPORATE IMAGE AS A MEDIUM OF "POSITIVE JOURNALISM"
DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

During the COVID-19 pandemic, all companies strive to maintain a positive image in the eyes of the public. Good News From Indonesia (GNFI) is one of the companies that strives to maintain a positive image even during the pandemic. This study discusses how good news from Indonesia's public relations strategy in maintaining corporate image in pandemic time. The research method used in this study is qualitative research using the strategy theory of public relations Cutlip, Center, and Broom. Data collection is done by *indepth interview* to Good News From Indonesia employees related to the process of maintaining image. The results of this study are four stages of public relations strategy implemented by Good News From Indonesia, namely *finding the fact and*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan nikmatNya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* GOOD NEWS FROM INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID-19 ”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam prosesnya, peneliti menerima banyak bimbingan dan dorongan penuh dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada Ibu **Dra.Diana Amalia, M.Si**, selaku dosen pembimbing skripsi peneliti yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membantu peneliti terlebih di masa pandemi seperti sekarang ini yang tentunya menjadi tantangan tersendiri. Terima kasih banyak ya, Bu...

Peneliti juga ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada pihak-pihak lain yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Bapak **Dr.Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu **Dr. Yuli Candasari, M.Si**, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.

4. **Mama Safiera Yudia Putri** dan **Eyang Ismoeraddiastoeti** yang tanpa syarat selalu tulus memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada peneliti. Love you mama, eyang...
5. Kepada **diriku sendiri** yang telah berjuang hingga sejauh ini. Terima kasih telah menjadi pribadi yang kuat, walau banyak tantangan tapi kamu akhirnya bisa. *You did it, Sha!*
6. Kepada **M. Hasbih Hasly** dan keluarga yang telah memberikan dukungan tak terhingga untuk peneliti
7. Kepada **Mezaluna Erga, Bunda Gadis, Mami Wewen, Om Buyung, Om Eric, Hilal, Ghatfan, Amira, dan Naga** selaku keluarga inti peneliti yang selalu memberikan dukungan secara tulus.
8. Kepada teman-teman kuliah peneliti, **Anindita Almira, Yustika Okta, Amanda Diva, 4G, Rizki, Vina, PR Heroes, Ex-BPH Creating 2017** yang telah menyemangati peneliti dalam pembuatan skripsi ini.
9. Kepada kakak tingkat Ilkom 2016, **Mbak Nina, Mbak Ais, dan Mbak Wilys** yang telah membantu memberikan arahan maupun pencerahan kepada peneliti.
10. Teman-teman SMP peneliti, **Acha, Adhyra, Cicong, Fira, dan Ferry** yang saling menyemangati walaupun terpisah oleh jarak.
11. **Teman-teman Ilmu Komunikasi 2017** yang hebat. Terima kasih sudah saling mendukung untuk menyelesaikan perkuliahan ini.

12. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam proses pengerjaan skripsi dan menemani masa-masa kuliah peneliti.

Akhir kata, peneliti berharap dengan kelebihan dan kekurangannya, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi pemikiran untuk perkembangan pengetahuan, baik bagi peneliti maupun pihak-pihak berkepentingan.

Surabaya, Mei 2021

Peneliti

Salshabilla Permata H.

defining the problem, planning and programming, action and communication, and evaluation.

Keywords: *Public relations*, **Image**, **COVID-19 pandemic**

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Public Relations	14
2.2.3 Citra Perusahaan.....	27
2.2.5 Media Online	37
2.2.6 Pandemi COVID-19	38
2.3 Kerangka Berpikir	40
BAB III.....	41
METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Definisi Konseptual	42
3.2.1 Strategi Public Relations	42
3.2.2 GNFI di Masa Pandemi	44
3.3 Unit Analisis	44
3.4 Informan Penelitian	44
3.5 Lokasi Penelitian	45

3.6 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.7 Teknik Analisis Data	47
BAB IV	51
HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1 Identitas Good News From Indonesia.....	51
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Penyajian Data.....	55
4.3 Penyajian Data dan Analisis	57
4.3.1 Strategi Public Relations	57
4.4 Pembahasan.....	76
BAB V.....	51
KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	52
Daftar Pustaka.....	51
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP.....	90
LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini	14
Tabel 4.1 Tabel Pengimplementasian Teori dengan Kondisi di Lapangan.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Pembentukan Citra	32
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berfikir	39
Gambar 4.1 Peluncuran Indeks Optimisme Generasi Muda Indonesia 2020 dan <i>Brainstorming</i> bersama Para Ahli dan Masyarakat.....	64
Gambar 4.2 Live Instagram @gnfi dengan @didietaulana.....	65
Gambar 4.3 <i>Tagline</i> Baru GNFI “Makin Tahu Indonesia”.....	67
Gambar 4.4 Akun Instagram @kawangnfi.....	69
Gambar 4.5 Program Kelas Peningkatan Skill, “Ruang Belajar” oleh GNFI.....	70
Gambar 4.6 Salah Satu Kompetisi yang Diadakan oleh GNFI.....	71
Gambar 4.7 Konten Pemberitahuan Mengenai “Sudut UMKM”	72
Gambar 4.8 Salah Satu Konten “Sudut UMKM”	72
Gambar 4.9 Testimoni Ruang Belajar 1	73
Gambar 4.10 Testimoni Ruang Belajar 2.....	74
Gambar 4.11 Konten Kolaborasi GNFI dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).....	74
Gambar 4.12 Konten Kolaborasi GNFI dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo).....	76
Gambar 4.13 Konten Kolaborasi GNFI dengan BUMN (Telkom Indonesia).....	76