

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Aktivitas Public Relations dalam organisasi cukup banyak, bahkan seringkali mereka bekerja melebihi jam kerja karyawan lainnya, khususnya saat menghadapi *special event* yang diselenggarakan organisasi. Aktivitas Public Relations yang sering dilakukan adalah *media relations*, yakni menjalin hubungan baik dengan media massa yang dalam hal ini diwakili oleh para wartawan/jurnalis. Public Relations sesungguhnya perlu berinisiatif untuk membuat program *media relations* secara rutin per-tahun.¹

Media relations merupakan kegiatan yang berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi. Oleh karena itu, *media relations* telah menempati posisi penting dalam pekerjaan seorang Public Relations karena media massa menjadi penjaga gawang (*gatekeepers*) dan mengontrol informasi yang mengalir kepada masyarakat dalam suatu sistem sosial.²

Aktivitas media relations tidak selalu dilakukan oleh semua organisasi. Aktivitas ini biasanya hanya dilakukan secara rutin oleh organisasi atau perusahaan yang memiliki publik eksternal yang luas. Contohnya organisasi pemerintah yang kebijakannya menyentuh kepentingan masyarakat luas, Badan Usaha Milik Negara, perusahaan-perusahaan *go public*, perusahaan yang memberikan pelayanan public dan yang sejenisnya.³

Media massa dalam masyarakat informasi, memiliki peranan yang sangat penting. Perubahan kebijakan politik, sosial, ekonomi dan pertahanan

¹ Diah Wardhani, *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, (JakartaBarat: Graha Ilmu, 2013). Ed. II. H. 3.

² Rini Darmastuti, *Media Relations: Konsep, Strategi & Aplikasi*, (Yogyakarta: Andi, 2012). Ed. I. H. 40.

³ Diah Wardhani, Op. Cit., Hlm. 12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keamanan di banyak negara, menarik perhatian masyarakat informasi. Peristiwa keseharian sampai yang memiliki dampak, terhadap perubahan arah hidup masyarakat dunia baik langsung dan tidak langsung terungkap melalui media massa, cetak dan elektronik. Perkembangan teknologi, memungkinkan informasi dari belahan dunia lain sekalipun dapat diterima dalam pangkuan khalayak dengan seketika. Informasi untuk memperluas wawasan sampai pada mengedukasi masyarakat, menjadi “santapan” keseharian masyarakat informasi.⁴

Pada era digital ini, masyarakat bisa semakin mudah mendapatkan informasi yang menyebar melalui berbagai media, namun semakin sedikit yang punya kesadaran untuk teliti terhadap pemberitaan tersebut. Jika kita bertanya pada Al-Qur'an, bagaimana cara kita menghadapi informasi yang begitu luas ini, maka kita akan temukan firman Allah swt:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ٦-

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.” (Al-Hujurat 6).⁵

Undang Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik telah mengatur lebih dalam tentang keterbukaan informasi dan transparansi penyelenggaraan negara sebagai salah satu wujud dari kehidupan berbangsa dan bernegara yang demokratis.⁶

Banyak organisasi profit dan non profit juga memanfaatkan media massa dalam pencitraan produk mereka. Melalui media massa pula, mereka

⁴ Ibid., Hlm. 20.

⁵ _____, 2004. *Al-Qur'an*. Departemen Agama RI.

⁶ _____, 2008. Undang-undang Republik Indonesia No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik. Citra Umabaran, Bandung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memperoleh *feedback* opini masyarakat terhadap mereka, serta harapan-harapan masyarakat terhadap pemimpin yang diinginkannya.⁷

Bank Indonesia merupakan lembaga bank sentral di Indonesia, yaitu sebuah instansi yang bertanggung jawab atas kebijakan moneter di Indonesia. Saat ini Bank Indonesia didukung 45 Kantor Perwakilan di seluruh Indonesia, salah satunya saat ini berada di Provinsi Riau tepatnya di pusat Kota Pekanbaru yaitu Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau (KPw BI Riau) yang beralamatkan di jalan Jendral Sudirman nomor 464, Pekanbaru.

Bank Sentral berusaha untuk menjaga stabilitas nilai mata uang, stabilitas sektor perbankan, dan sistem finansial secara keseluruhan. Bank Sentral adalah suatu institusi yang bertanggung jawab untuk menjaga stabilitas harga yang dalam hal ini dikenal dengan istilah inflasi. Bank Sentral menjaga agar tingkat inflasi terkendali, dengan mengontrol keseimbangan jumlah uang dan barang.

Sejak tahun 2005 Bank Indonesia telah memulai suatu program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dikenal dengan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI). Program ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat dan sebagai bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia dengan moto Semangat Dedikasi Untuk Negeri.⁸

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) terus berinovasi dan bertransformasi menuju pemberdayaan berkelanjutan yang mampu meningkatkan nilai-nilai ekonomi, sosial dan lingkungan di masyarakat. Lebih spesifik, PSBI kini difokuskan pada program pemberdayaan yang bertujuan pada penguatan ekonomi rumah tangga. Melalui program sosial ini, Bank Indonesia juga berupaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan Bank Indonesia.

⁷ Diah Wardhani, Op. Cit., Hlm. 20.

⁸ [www.bi.go.id/Dedikasi Untuk Negeri](http://www.bi.go.id/Dedikasi%20Untuk%20Negeri), diakses dari <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/bi-dan-publik/bi-peduli/program/Contents/Default.aspx>, pada 23 April 2016 pukul 10:35 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bank Indonesia meyakini, bahwa sektor rumah tangga berperan penting dalam pilar ekonomi nasional seperti halnya sektor swasta dan pemerintah. Rumah tangga yang kuat secara ekonomi dan edukasi secara agregat dapat mendukung pencapaian stabilitas ekonomi, khususnya melalui pencapaian inflasi yang rendah dan terkendali. Tahun 2016, PSBI memiliki tema tahunan “Mendukung Pemulihan Ekonomi Mendorong Pembangunan Ekonomi yang Kuat, Berkesinambungan dan Inklusif”.⁹

Direktur Departemen Komunikasi Bank Indonesia pusat, Arbonas Hutabarat mengatakan dalam sebuah kutipan berita bahwa selama sepuluh tahun terakhir Bank Indonesia telah melaksanakan program CSR yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat. Sejak tahun 2011 Bank Indonesia telah memberi beasiswa kepada lebih dari 15 ribu siswa di 77 universitas di Indonesia. Untuk program *BI Corners*, BI menyediakan infrastruktur perpustakaan di seluruh universitas di Indonesia. Pada 2015, Bank Indonesia mulai mencari ekspos media yang lebih besar sehingga harapannya program CSR tersebut dapat menginspirasi pihak lain secara optimal. Pada tahun 2016, Bank Indonesia berkomitmen menjalankan program CSR dalam tiga sektor, yaitu pemberdayaan pendidikan, perempuan, dan ketahanan pangan. Untuk sektor pendidikan, Bank Indonesia menjalankan program Smart Indonesia yang mencakup BI Beasiswa, BI Corners, Membaca dan Mendongeng, dan Program Sekolah Siaga Bencana. Program tersebut akan didukung oleh 45 kantor perwakilan Bank Indonesia di seluruh Indonesia dengan tema “Dedikasi untuk Negeri”.¹⁰

Sebagai salah satu dari 45 Kantor Perwakilan Bank Indonesia, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau sudah semestinya bertanggung jawab atas pelaksanaan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) tersebut untuk di wilayah Provinsi Riau. Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau

⁹ www.bi.go.id “Dedikasi Untuk Negeri”, diakses dari <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/bi-dan-publik/bi-peduli/program/Contents/Default.aspx>, pada 23 April 2016 pukul 10:35 WIB.

¹⁰ Tempo.co (kamis, 21 April 2016) “CSR Bank Indonesia Difokuskan pada 3 Program Ini”, diakses dari <https://m.tempo.co/read/news/2016/04/21/087764666/csr-bank-indonesia-difokuskan-pada-3-program-ini>, pada 23 April 2016 pukul 10:35 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan program CSR tersebut. Namun sayangnya masyarakat kurang mengetahui dan menyadari akan program tersebut. Program tersebut belum tersosialisasi dengan sempurna dikarenakan dari pihak Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau sendiri kurang maksimal dalam mempublis pemberitaan ke media massa.

Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) merupakan suatu unit di bawah jajaran Tim Ekonomi dan Keuangan, dalam satuan kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau yang secara fungsional menjalankan tugas Humas/PR. Unit ini mulai dibentuk pada tahun 2014 untuk membidangi kegiatan Humas/PR di Kantor Perwakilan Bank Indonesia yang ada di daerah. Pada awalnya di lembaga Kantor Bank Indonesia Provinsi Riau itu sendiri tidak ada unit khusus yang menangani bidang Humas/PR, tetapi hanya langsung menginduk ke Departemen Komunikasi yang ada di Bank Indonesia Pusat.¹¹

Menejer Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau mengatakan bahwa hanya beberapa kegiatan PSBI saja yang dipublis ke media massa. Kendalanya adalah sebagian besar wartawan yang berelasi dengan Bank Indonesia merupakan wartawan ekonomi, karena memang secara kelembagaan Bank Indonesia merupakan lembaga yang mengatur masalah ekonomi. Jadi, fokus beritanya lebih kepada seputaran perkembangan ekonomi. Sementara untuk program CSR ini Bank Indonesia mengirim berita berupa *press release* ke wartawan. Selanjutnya wartawan akan menyampaikannya kepada redaktur berita sehingga dapat disebarluaskan kepada khalayak.¹²

¹¹ Hasil wawancara pra riset dengan Handi Susila menejer Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau, 15 Februari 2016 Pekanbaru.

¹² Hasil wawancara dengan pra riset Handi Susila menejer Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau, 15 Februari 2016 Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tidak semua Public Relations menyadari tentang peranan media massa saat ini. Akibatnya, banyak Public Relations yang tidak menggunakan media massa secara maksimal, bahkan tidak ada usaha untuk menjalin kerjasama dengan baik dengan pekerja-pekerja media yang ada di institusi media.¹³ Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) perlu melakukan strategi untuk menjalin hubungan dengan media massa sehingga dapat Program Sosial bank Indonesia (PSBI) tersebut dapat tersosialisasi dengan sempurna.

Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) akan dapat melakukan tugas-tugasnya dengan baik (termasuk dalam melakukan *media relations*) kalau didukung oleh strategi komunikasi yang tepat dan efektif. Karena sesungguhnya kegagalan dalam melakukan *media relations*, bukan karena tidak mengerjakan kegiatan *media relations*, tetapi karena tidak tahu apa itu strategi komunikasi dan bagaimana strategi komunikasi dalam *media relations* ini.

Dari penjelasan di atas penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian berkaitan dengan hal tersebut, sehingga penulis dapat menarik suatu kesimpulan tentang judul penelitian, yaitu: **Strategi *media relations* Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau (KPw BI Riau) dalam mensosialisasikan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI).**

B. Alasan Memilih Judul

Penulis memilih dan membuat judul penelitian ini berdasarkan alasan dan pertimbangan sebagai berikut:

1. Penulis merasa judul ini perlu untuk diteliti karena sepengetahuan penulis belum ada yang meneliti tentang strategi *media relations* Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau (KPw BI Riau) dalam mensosialisasikan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI).

¹³ Rini Darmastuti, Op. Cit., Hlm. 40.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Untuk menjelaskan strategi *media relations* Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau (KPw BI Riau) dalam mensosialisasikan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI).
3. Sesuai dengan bidang kajian Ilmu Komunikasi konsentrasi Public Relations (PR) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Penulis merasa mampu untuk melakukan penelitian baik dari segi waktu, tempat, tenaga, dan biaya.

C. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah dalam penelitian ini, peneliti mengambil pengertian istilah-istilah sebagai berikut:

1. **Strategi** merupakan bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (*planning*), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.¹⁴
2. **Media Relations** merupakan upaya-upaya untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.¹⁵
3. **Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3)** merupakan suatu unit di bawah jajaran Tim Ekonomi dan Keuangan, dalam satuan kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau, yang secara fungsional menjalankan tugas Humas/PR pada lembaga tersebut.¹⁶
4. **Bank Indonesia** merupakan lembaga negara yang mempunyai wewenang untuk mengeluarkan alat pembayaran yang sah dari suatu negara, merumuskan dan melaksanakan kebijakan moneter, mengatur dan

¹⁴ Rosady Ruslan. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006). Ed. 7. H. 133.

¹⁵ Nina Yuliana. *Media Relations*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014). Ed. I. H. 89.

¹⁶ www.bi.go.id.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjaga kelancaran sistem pembayaran, mengatur dan mengawasi perbankan, serta menjalankan fungsi sebagai *lender of the resort*.¹⁷

5. **Sosialisasi** merupakan proses mempelajari norma, nilai, peran, dan semua persyaratanlainnya yang diperlukan untuk memungkinkan partisipasi yang efektif dalam kehidupan sosial.¹⁸
6. **Program Sosial Bank Indonesia (PSBI)** merupakan suatu bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia untuk berkontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat. Melalui program sosial, Bank Indonesia juga berupaya meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan Bank Indonesia.¹⁹

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas, maka penulis mengambil rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana strategi *media relations* Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan Program Sosial Bank Indonesia?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang bagaimana strategi *media relations* Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Riau dalam mensosialisasikan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI).

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

¹⁷ _____, 2004. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia.
¹⁸ Elly M. Setiadi dan Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi*. (Jakarta: Kencana, 2011). Ed. I. H. 156.
¹⁹ [www.bi.go.id/Dedikasi Untuk Negeri](http://www.bi.go.id/Dedikasi%20Untuk%20Negeri), diakses dari <http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/bi-dan-publik/bi-peduli/program/Contents/Default.aspx>, pada 23 April 2016 pukul 10:35 WIB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Secara Akademis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi tentang perkembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang *Public Relations* dalam Konsep *Media Relations*.
- 2) Bagi peneliti lain juga dapat bermanfaat sebagai referensi dalam melakukan penelitian di bidang komunikasi.

b. Secara Praktis

- 1) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengetahui dan menganalisa kembali bagaimana pentingnya *media relations* bagi suatu perusahaan, serta untuk menganalisa dan mengevaluasi cara, prose, dan hasil dari kinerja praktisi-praktisi *Public Relations* dalam dunia kerja professional pada realitanya, dan bagi Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan (UK3) khususnya.
- 2) Dapat menjadi referensi bagi praktisi *Public Relations* jika menangani masalah yang sejenis, yaitu tentang startegi *media relations*.
- 3) Sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada jurusan Ilmu Komunikasi di UIN Suska Riau.

F. Sistematika Penulisan

Agar dapat mengetahui lebih jelas dari penelitian ini, berikut dijabarkan susunan sistematika penulisan:

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan mengenai latar belakang, alasan memilih judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Terdapat kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan peneliti, teknik

pengumpulan data, validitas data, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Deskripsi umum lokasi/tempat penelitian, seperti: sejarah, visi dan misi dan struktur organisasi.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB VI : PENUTUP

Berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.