

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Riverside Forest merupakan klub sepak bola yang dimiliki oleh para suporternya sebagai tanggapan terhadap sepak bola yang menjadi lebih moderinasi dan tidak ramah untuk dinikmati sebagai hiburan rakyat. Riverside Forest, berdiri pada 1 Desember 2021. Awal Riverside hadir berawal dari obrolan di sebuah tangga batu, Tamansari, Bandung, mengenai tidak lain sepak bola, Riverside Forest hadir di Kota Kembang untuk memberikan warna baru di dunia sepakbola Indonesia, khususnya Jawa Barat. Riverside ingin menjadikan sepakbola sebagai tempat di mana semua orang bisa menikmati permainan, bersenang-senang, bertemu teman-temannya, dan bahagia.

Riverside Forest sebagai klub yang kolektif, merupakan pendirian dari suporternya sendiri yang Bernama Birds Death Brigade. Sebagaimana Clubnya, Birds Death Brigade juga mengusung konsep egaliter yang membentuk perlawanan atas kedok indutrialisasi yang terjadi di sepak bola modern. Tagline Riverside Forest merupakan *Forever Underdogs* yang berarti tidak terlalu berambisi untuk menjadi juara, lebih mengutamakan bahwa semua orang dapat menikmati sepak bola dari pada juara. Riverside Forest dibangun dengan semangat kesetaraan antara jajaran manajemen, pemain, sponsor, dan suporternya. Semuanya memiliki hak yang sama dalam pengelolaan klub. (Bandung Bergerak, 2024)

Menjalin hubungan baik dengan komunitas secara berkualitas, perlu dikelola dengan baik oleh sebuah organisasi. pada saat sebuah klub menutup diri dengan

komunitas. maka sebuah klub tersebut akan menjadi bahan pembicaraan, gosip, permusuhan karena kurangnya pemahaman dari komunitas terhadap clubnya dikarenakan kurangnya komunikasi dengan komunitasnya.

Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* menjadi cara dalam hal ini. Pada dasarnya Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang menciptakan, memelihara, dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan sebuah organisasi. Untuk menciptakan dan mengembangkan citra positif, humas harus mampu menjadi informan yang baik bagi perusahaan. Humas perusahaan atau *Public Relations* haruslah dapat membuat strategi strategi yang akan ia lakukan untuk meningkatkan citra organisasi.

Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* juga merupakan sebuah komunikasi Perusahaan yang bertujuan untuk membangun dan menjaga hubungan baik dengan publik termasuk media massa hingga masyarakat umum. Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* dapat berpengaruh kepada citra positif sebuah organisasi dengan selalu melibatkan strategi untuk mempengaruhi persepsi serta opini terhadap suatu organisasi beserta produknya, juga mengelola sebuah isu dan krisis yang berpotensi mempengaruhi jalannya sebuah organisasi.

Riverside Forest telah melaksanakan beberapa kegiatan untuk melaksanakan Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* dengan mengadakan kegiatan SepakBola bersama komunitas pendukungnya. Kegiatan tersebut merupakan salah satu keunikan yang diinisiasi oleh Riverside Forest guna berinteraksi lebih dekat dengan para komunitas pendukungnya. Kegiatan mengadakan Sepak Bola tersebut

merupakan kegiatan Riverside Forest untuk menciptakan, memelihara, dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara Riverside Forest dengan para komunitas pendukungnya. Sebagai Club Sepak Bola yang bertagline Forever Underdogs yang lebih mengutamakan bahwa semua orang dapat menikmati sepak bola dari pada juara, Riverside Forest dapat memunculkan branding tersebut melakukan kegiatan ini serta dapat mempengaruhi umpan balik mengenai jalannya kegiatan Riverside Forest ini. (Instagram @riversideforest_ & Twitter @R_Forest68, 2024)

Dalam era digital saat ini, strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* (CPR) menjadi aspek penting dalam membangun hubungan yang kuat antara organisasi dan publik. Salah satu contoh menarik dapat dilihat pada Riverside Forest, sebuah komunitas berbasis lingkungan yang aktif dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan. Riverside Forest secara konsisten memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram & Twitter, untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan mereka. Penggunaan platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai upaya untuk mengundang keterlibatan publik dan mempererat hubungan dengan para pendukungnya.

Riverside Forest konsisten dalam memanfaatkan media sosial mereka ketika sebelum dan sesudah kegiatan berlangsung, sebagai contoh pada kegiatan “MENGBAL AHHH” yang diinisiasi Riverside Forest pada saat hari buruh 1 Mei 2025 lalu, Riverside Forest memanfaatkan media sosial instagram dan twitternya juga untuk membagikan pamflet kegiatan tersebut 2 Hari sebelum acara dilaksanakan guna menyebarkan informasi mengenai kegiatan yang akan

dilaksanakan oleh Riverside Forest, juga untuk mengundang para komunitas pendukungnya untuk datang mendukung acara tersebut. Setelah 2 Hari Riverside Forest selesai mengadakan kegiatan tersebut, Riverside Forest memanfaatkan kembali media sosial Instagram dan Twitternya untuk membagikan moment hangat, kebersamaan, dan canda tawa antara Tim Riverside Forest bersama komunitas supporternya yang datang pada acara tersebut. (Instagram @riversideforest_ & Twitter @R_Forest68, 2025)

Selain mengoptimalkan media sosial, Riverside Forest juga menerapkan strategi komunikasi melalui kegiatan tatap muka secara langsung. Kegiatan-kegiatan ini menjadi media efektif untuk membangun kedekatan emosional dengan publik serta memperkuat hubungan yang telah terjalin melalui dunia digital. Melalui interaksi langsung, komunitas ini mampu menciptakan pengalaman yang lebih personal dan meningkatkan kepercayaan pendukung terhadap nilai dan misi yang diusung. Pendekatan kombinitif ini memperlihatkan penerapan prinsip-prinsip dasar *Corporate Public Relations* dalam membangun komunikasi yang strategis dan berkelanjutan.

Dengan mengadakan kegiatan tatap muka secara langsung, mengadakan sebuah acara sepakbola yang dapat dinikmati oleh komunitas pendukungnya ini menjadi peran penting untuk membangun kedekatan emosional dengan para komunitas pendukungnya. Seperti contohnya yaitu Riverside Forest mengadakan sebuah kegiatan *Collective Football* dengan berbagai club amatir yang ada di Bandung pada saat hari buruh 1 Mei 2025, dalam berjalannya acara tersebut komunikasi terjadi dua arah antara Club dengan Club ataupun Club dengan

komunitas supporternya, kegiatan tersebut berjalan sangat hangat tidak ada sekat antara Club yang bermain dengan para supporternya termasuk Riverside Forest dengan komunitas pendukungnya, suasana kegiatan dipenuhi dengan kehangatan canda tawa para pemain maupun para komunitas supporter yang ada, pertandingan berjalan sangat seru dan berjalan sangat lancar sampai selesai acara tersebut semua Club termasuk Riverside Forest mengajak foto bersama dengan komunitas supporternya guna untuk mengabadikan moment kehangatan juga guna mengucapkan rasa Terima Kasih Riverside Forest kepada para komunitas supporter yang sudah datang ke acara tersebut. (Instagram @riversideforest_ & Twitter @R_Forest68, 2025)

Fenomena komunikasi yang dilakukan Riverside Forest menjadi menarik untuk diteliti lebih dalam, khususnya dalam konteks strategi komunikasi yang mereka jalankan untuk memperkuat hubungan dengan publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Riverside Forest merancang dan mengimplementasikan strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* melalui media sosial dan event langsung, serta bagaimana pendekatan ini berdampak terhadap tingkat keterlibatan dan loyalitas publik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan praktik komunikasi yang lebih efektif bagi komunitas atau organisasi serupa di masa mendatang.

Dalam bidang komunikasi komunitas, keterhubungan antara komunitas dengan publik atau pendukungnya menjadi unsur penting dalam membangun loyalitas serta menjaga eksistensi komunitas itu sendiri. Karena Riverside Forest memperlihatkan penerapan komunikasi yang efektif dan penuh kedekatan, sehingga

mampu menumbuhkan hubungan emosional yang kuat dengan para suporternya. Melalui media sosial seperti Instagram, Twitter dan juga berbagai kegiatan tatap muka, komunitas ini sukses menciptakan suasana yang hangat serta membangun rasa kebersamaan yang kuat antara tim dan publik. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji, karena menunjukkan bagaimana pola komunikasi terbuka dapat menghasilkan ikatan emosional yang autentik dalam komunitas masa kini.

Lebih jauh lagi, Karena Riverside Forest menjadi contoh yang menarik tentang bagaimana komunitas lokal dapat memanfaatkan berbagai media komunikasi untuk memperkuat keterhubungan dengan audiensnya. Di tengah perkembangan era digital yang serba cepat dan seringkali menciptakan jarak sosial, komunitas ini berhasil mempertahankan hubungan personal yang erat. Keberhasilan tersebut tidak hanya patut dihargai, tetapi juga penting untuk dipelajari. Pendekatan yang mereka gunakan, baik melalui interaksi daring maupun kegiatan langsung, memberikan peluang untuk memahami strategi komunikasi efektif yang dapat diterapkan oleh komunitas lain dalam menjaga partisipasi publik secara berkelanjutan.

Berdasarkan kekuatan komunikasi yang ditunjukkan Karena Riverside Forest, penelitian ini menjadi penting untuk mendalami bagaimana hubungan emosional dapat menjadi fondasi utama kesuksesan sebuah komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk menggali strategi, pola interaksi, serta faktor-faktor yang mendukung terciptanya hubungan yang kuat antara komunitas dengan publiknya. Temuan dari studi ini diharapkan dapat menjadi referensi berharga dalam pengembangan ilmu komunikasi komunitas, hubungan masyarakat, serta

pembentukan jaringan sosial di era modern.

Salah satu keunggulan utama Karena Riverside Forest dibandingkan komunitas lain sejenis terletak pada pola komunikasinya dengan publik dan para pendukung. Komunitas ini membangun komunikasi yang terbuka tanpa sekat, sehingga siapa pun merasa diterima dan dihargai. Tidak hanya dari tim inti, tetapi seluruh anggota komunitas terlibat dalam menciptakan suasana yang ramah dan inklusif. Kondisi ini menjadi nilai lebih yang jarang ditemukan di komunitas lain yang cenderung menjaga jarak dengan pendukungnya.

Melalui penggunaan media sosial, khususnya Instagram & Twitter, serta lewat berbagai kegiatan tatap muka yang rutin diselenggarakan, Karena Riverside Forest mampu menjaga hubungan yang erat dengan para pendukungnya. Interaksi yang terjadi bukan sekadar satu arah, melainkan membangun dialog yang aktif dan hangat. Ini membuat para pendukung merasa menjadi bagian penting dari komunitas, bukan hanya sekadar pengamat dari luar. Hubungan yang terus terjaga inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa komunitas ini berkembang dan tetap solid hingga saat ini.

Dibandingkan dengan komunitas lain yang mungkin lebih berfokus pada kegiatan formal atau jarang berinteraksi langsung dengan pendukungnya, Karena Riverside Forest justru menonjol dalam membangun hubungan emosional yang kuat. Komunikasi yang cair dan hangat menjadi fondasi utama dalam memperkuat ikatan antar anggota dan pendukung. Inilah yang membuat Karena Riverside Forest memiliki daya tarik dan keunggulan tersendiri dalam membangun komunitas yang hidup, dinamis, dan penuh keakraban.

Kemunculan Karena Riverside Forest berawal dari kekecewaan para pendirinya terhadap arah perkembangan sepak bola modern. Mereka merasa bahwa dunia sepak bola saat ini semakin jauh dari akarnya, yaitu suporter, dan lebih berfokus pada kepentingan bisnis dan komersialisasi. Perubahan ini dianggap mengabaikan peran penting pendukung, yang selama ini menjadi bagian utama dalam kehidupan sepak bola. Ketidakpuasan terhadap kondisi tersebut mendorong lahirnya komunitas yang berusaha mengembalikan semangat sepak bola kepada nilai-nilai kebersamaan dan keterlibatan aktif para suporternya.

Riverside Forest berdiri dengan membawa semangat perlawanan terhadap dominasi industri sepak bola modern. Komunitas ini ingin membangun kembali suasana yang lebih ramah dan inklusif bagi para pendukung, di mana suara dan keberadaan suporter tetap dihargai sebagai bagian utama dari perjalanan sebuah tim. Dengan menjadikan dukungan suporter sebagai pondasi utama, Riverside Forest mencoba menegaskan kembali bahwa sepak bola seharusnya tidak semata-mata menjadi ajang bisnis, melainkan ruang bagi solidaritas, passion, dan identitas kolektif.

Fenomena sosial yang melatarbelakangi lahirnya Riverside Forest ini memperlihatkan adanya keresahan terhadap komersialisasi olahraga yang berlebihan, serta dorongan untuk menciptakan alternatif yang lebih berpusat pada komunitas. Melalui kehadirannya, Riverside Forest tidak hanya menawarkan bentuk baru dalam mendukung sepak bola, tetapi juga menjadi simbol perlawanan terhadap praktik industri yang melupakan nilai-nilai dasar hubungan antara tim dan suporternya. Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti karena mencerminkan

dinamika sosial baru di dalam dunia olahraga dan komunitas modern.

Riverside Forest adalah komunitas yang bergerak di bidang pelestarian lingkungan dan berusaha membangun hubungan positif dengan masyarakat. Untuk mempererat keterlibatan publik, Riverside Forest menerapkan strategi komunikasi yang dirancang dengan tujuan menyampaikan informasi tentang kegiatan mereka secara jelas dan menarik. Melalui komunikasi yang terstruktur, baik secara daring maupun luring, Riverside Forest berupaya menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan public yang mendukung kegiatan mereka.

Dalam menjalankan komunikasinya, Riverside Forest memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk menginformasikan program, acara, dan ajakan keterlibatan kepada masyarakat. Selain itu, mereka juga rutin mengadakan kegiatan tatap muka guna memperkuat interaksi langsung dengan publik. Meski demikian, tantangan masih muncul dalam hal penyusunan pesan yang lebih efektif, pemilihan media komunikasi yang tepat, serta pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik audiens. Hal ini penting untuk memastikan bahwa setiap pesan yang dikirimkan dapat diterima dan direspons secara positif oleh publik.

Melihat pentingnya peran komunikasi dalam mendukung tujuan komunitas, maka penelitian ini diperlukan untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi Riverside Forest saat ini dijalankan dan bagaimana perbaikan dapat dilakukan. Dengan komunikasi yang lebih terintegrasi dan efektif, Riverside Forest tidak hanya dapat mempererat hubungannya dengan publik, tetapi juga mampu memperkuat citra serta reputasi yang selaras dengan visi dan misi yang mereka usung. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran baru dalam

mengoptimalkan komunikasi organisasi di masa mendatang.

Minat peneliti untuk meneliti Riverside Forest berawal dari cara mereka membangun komunikasi dengan publik dan para pendukungnya yang terasa sangat berbeda. Tidak seperti organisasi lainnya yang berkomunikasi secara formal, Riverside Forest menunjukkan pendekatan yang hangat dan terbuka, sehingga tercipta kedekatan emosional yang kuat. Baik dalam kegiatan langsung maupun melalui media sosial seperti Instagram, interaksi yang dibangun terasa alami, tanpa ada jarak yang kaku antara tim dan publiknya.

Dari pengamatan peneliti, komunikasi yang dijalankan oleh Riverside Forest mampu membangun rasa keterlibatan yang mendalam dari para supporternya. Hubungan yang terjalin bukan hanya sekadar penyampaian informasi, melainkan membangun rasa kebersamaan dan kepemilikan terhadap komunitas. Gaya komunikasi yang santai namun bermakna ini menjadi salah satu kekuatan Riverside Forest dalam mempererat relasi dengan audiensnya, menjadikan publik lebih aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan yang mereka selenggarakan.

Berdasarkan alasan tersebut, peneliti merasa perlu untuk meneliti lebih jauh strategi komunikasi *Corporate Public Relations* yang diterapkan Riverside Forest. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pola komunikasi mereka dibangun, bagaimana pendekatan yang digunakan dapat menciptakan hubungan emosional yang kuat, serta bagaimana strategi tersebut mendukung tercapainya tujuan organisasi. Dengan menggali hal ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model komunikasi yang lebih efektif dan berfokus pada kedekatan dengan publik.

Fokus Penelitian

1. Bagaimana Kegiatan Kepercayaan (*Trust*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
2. Bagaimana Kegiatan Keterbukaan (*Openness*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
3. Bagaimana Kegiatan Keterlibatan (*Involvement*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
4. Bagaimana Kegiatan Investasi (*Invesment*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
5. Bagaimana Kegiatan Komitmen (*Commitment*) dalam Upaya Menciptakan hubungan yang Harmonis dengan Komunitas

Tujuan Penelitian

Bagaimana Evaluasi pelaksanaan Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* Riverside Forest dalam menciptakan hubungan yang Harmonis dengan Komunitas

1. Untuk mengetahui Kegiatan Kepercayaan (*Trust*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
2. Untuk mengetahui Kegiatan Keterbukaan (*Openness*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
3. Untuk mengetahui Kegiatan Keterlibatan (*Involvement*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
4. Untuk mengetahui Kegiatan Investasi (*Invesment*) dalam Upaya Menciptakan Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas
5. Untuk mengetahui Kegiatan Komitmen (*Commitment*) dalam Upaya

Menciptakan hubungan yang Harmonis dengan Komunitas

Untuk Mengetahui Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Secara teori, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman serta menjadi pelengkap sumber acuan bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya kehumasan dalam bidang Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations*. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber referensi bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan konsep untuk penelitian-penelitian berikutnya dengan pokok bahasan yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Hakikatnya hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi sarana masukan bagi Riverside Forest tentang praktik Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* dalam hal mengidentifikasi masalah menciptakan, memelihara, juga mempertahankan hubungan dengan komunitasnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rekomendasi dalam membentuk citra Riverside Forest yang positif melalui Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* yang berkelanjutan secara lebih efektif dan efisien untuk melakukan *branding* kepada publik.

Kajian Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu sangat penting bagi peneliti yang datanya dianggap relevan dengan penelitian ini. Tujuan dari tinjauan literatur ini adalah bahan masukan bagi peneliti terkait dengan penelitian serupa yang sedang diteliti adalah

penelitian ini bertujuan untuk memberikan bahan masukan bagi peneliti terkait penelitian serupa untuk diteliti dengan mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu sebagai referensi, perbandingan, dan analisis dasar. Hal ini dimaksudkan untuk menjadi salah satu penelitian mengungkap berbagai perbedaan dan persamaan antara karya peneliti sebelumnya dengan penelitian saat ini.

Keaslian penelitian ini terlihat jelas dan adanya persamaan serta perbedaan penelitian tentu saling melengkapi dalam menyelesaikan penelitian berdasarkan hasil penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti untuk penelitian tersebut. Topik penelitian terkait “Kegiatan *Corporate Public Relations* Klub Sepak Bola melalui Event Olahraga” meliputi:

Pertama, *Corporate Public Relations* Serta Pengaruhnya Terhadap Citra Perusahaan: survei terhadap persepsi peserta PT. ASKES (persero) kantor cabang Tasikmalaya. Penelitian berbentuk skripsi ini merupakan hasil karya dari Faizal Haris Eko prabowo Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008:11), menjelaskan penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang CPR dan Citra perusahaan PT.Askes (persero). Penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian ini menguji tentang pengaruh CPR terhadap Citra PT. ASKES (persero).

Relevansi, perbedaan yang dapat penulis simpulkan ialah antara penelitian

tersebut dengan penelitian yang sedang penulis lakukan memiliki kesamaan pada peran *corporate Public Relations* sebagai strategi komunikasi utama dalam membangun hubungan antara organisasi dan publiknya. strategi PR tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk citra positif organisasi di mata *stakeholder*, Namun pada penelitian tersebut menitikberatkan pada pengaruh strategi PR terhadap persepsi peserta atau pelanggan sebagai bentuk evaluasi citra perusahaan, sehingga pendekatannya kuantitatif dan berbasis persepsi konsumen juga . Sedangkan dalam penelitian yang sedang penulis lakukan lebih menekankan pada upaya menjalin hubungan yang harmonis dengan komunitas pendukungnya melalui komunikasi yang bersifat emosional dan partisipatif.

Kedua, Strategi *Public Relations* Pt. Tunas Bola Dalam Membangun Citra Perusahaan. Penelitian berbentuk Skripsi ini merupakan hasil karya dari Bianda Ludwianto Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma positivistik. Analisis strategi yang digunakan menggunakan teori Rusady Ruslan yang menyatakan strategi diturunkan menjadi taktik program pendekatan membeli, penekanan/kekuatan, persuasif, dan merangkul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa membangun citra perusahaan tidak terlepas dari kerja sama yang telah terjalin dan bagaimana hasil yang didapat. Salah satu bentuk kerja sama yang bisa dilihat hasil dan kinerjanya adalah kerjasama event. Dengan meraih citra positif akan berdampak pada kemajuan perusahaan, ini terbukti dengan berhasilnya PT.

Tunas Bola meraih dua penghargaan dalam Indonesia *Print Media Awards* (IPMA) 2015 sebagai *Brozen Winner* pada kategori *The Best of Sport & Healthy Local Magazine* dan *The Best of Sport & Healthy Tabloid*.

Relevansi, perbedaan yang dapat penulis simpulkan ialah antara penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang penulis lakukan memiliki kesamaan pada program membangun sebuah citra melalui kegiatan yang diadakannya, yang bertujuan untuk memperoleh pengertian, goodwill, kepercayaan, dan penghargaan dari masyarakat luas, Namun pada penelitian tersebut hanya berfokus pada melakukan kegiatan untuk membangun sebuah citra saja untuk memperoleh pengertian, goodwill, kepercayaan dan penghargaan dari masyarakat luas, sedangkan dalam penelitian yang sedang penulis lakukan adalah berfokus juga dalam hal membangun, mempertahankan hubungan yang baik dan harmonis dengan para komunitas pendukungnya dengan diadakannya sebuah kegiatan yang bisa sekaligus membangun sebuah citra yang lebih baik kepada publicnya.

Ketiga, Peran *Corporate Public Relations* Gosh Shoes Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty*. Penelitian berbentuk Jurnal ini merupakan hasil karya dari Riswinda Dwi Oktaviana Universitas Bhayangkara Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam dan mengembangkan konsep kepekaan terhadap suatu permasalahan, memperjelas realitas yang berkaitan dengan teori dasar dan mengembangkan pemahaman terhadap satu atau lebih peristiwa yang terjadi. Untuk memperoleh data dalam penelitian ini digunakan beberapa cara diantaranya: studi kepustakaan, wawancara mendalam dan observasi. Kemudian

tahap-tahap dalam penelitian ini, yaitu tahap pra-lapangan, tahap terjun lapangan dan analisis data.

Relevansi, perbedaan yang dapat penulis simpulkan ialah antara penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang penulis lakukan memiliki kesamaan dalam kegiatan strategi komunikasi *corporate public relation* dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat. Kemudian dalam menyediakan saran kepada manajemen terkait kebijakan, hubungan dan komunikasi, namun pada penelitian tersebut hanya berfokus pada loyalitas pelanggan terhadap penjualan produknya saja, sedangkan dalam penelitian yang sedang penulis lakukan adalah berfokus pada membangun, mempertahankan hubungan yang baik, hubungan yang harmonis dengan para komunitas pendukungnya tanpa berfokus pada penjualan produknya. Kegiatan yang dilakukan dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik atau hubungan yang harmonis dengan para komunitas pendukungnya adalah selalu melibatkan para komunitas pendukungnya melalui sarana media sosial instagram ketika mengambil sebuah keputusan.

Keempat, Strategi *Corporate Public Relations* Dalam Rangka Membina Hubungan Dengan Pelanggan. Penelitian berbentuk skripsi ini merupakan hasil karya dari Navy Safira Putri Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif terhadap strategi yang ditetapkan perusahaan dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Strategi Perencanaan *Public Relations*

atau *Strategic Planning*. Sebagai metode dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif untuk merancang penelitian ini dengan prosedur penelitian, peneliti mengambil penelitian ini dengan menentukan pokok permasalahannya terlebih dahulu. Data-data yang dibutuhkan peneliti menggunakan beberapa teknik yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

Relevansi, perbedaan yang dapat penulis simpulkan ialah antara penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang penulis lakukan memiliki kesamaan dalam kegiatan strategi komunikasi *corporate public relation* dalam hal menjaga hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan dan menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh perusahaan dari pelanggan juga melakukan komunikasi yang baik dengan publik agar terjadi suatu jalinan kerja yang baik, publik mendapatkan pemahaman yang benar mengenai perusahaan dan dapat hubungan dengan pelanggan dengan baik, namun pada penelitian tersebut menitikberatkan pada penanganan masalah yang datang dari pelanggan dan bagaimana perusahaan mempertahankan hubungan dengan mereka melalui pemahaman yang tepat mengenai identitas perusahaan. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan saat ini memperluas fokus tersebut dengan menekankan pentingnya membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dengan komunitas pendukungnya, guna menciptakan ikatan yang berkelanjutan dan mendukung reputasi perusahaan di mata publik.

Kelima, Strategi *Corporate Public Relations* Perusahaan Pabrik Gula Pg Kebon Agung Dalam Rangka Membina Hubungan Dengan *Stakeholder*.

Penelitian berbentuk skripsi ini merupakan hasil karya dari Adriana Do Rego

De Jesus Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan deskriptif. Daerah eksplorasi ini adalah PG Kebon Agung Malang dengan pusat pemeriksaan sebagai teknik periklanan perusahaan. Literatur dan dokumentasi digunakan sebagai strategi pengumpulan data. Reduksi data, penyajian data, pembahasan dan analisis, serta penarikan kesimpulan merupakan empat langkah dalam proses analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Relevansi, perbedaan yang dapat penulis simpulkan ialah antara penelitian tersebut dengan penelitian yang sedang penulis lakukan memiliki kesamaan dalam strategi komunikasi corporate *Public Relations* sebagai alat utama dalam membina hubungan yang konstruktif dan berkelanjutan dengan para stakeholder juga pada tujuan strategis yang ingin dicapai, yaitu menciptakan hubungan yang harmonis dan saling mendukung melalui penyampaian informasi yang transparan, pendekatan yang persuasif, dan pemeliharaan citra positif organisasi di mata publik, namun pada penelitian tersebut lebih menitikberatkan strategi PR-nya pada pembinaan hubungan dengan stakeholder yang bersifat institusional dan ekonomi dan Fokus utamanya adalah membangun kepercayaan melalui kerja sama yang profesional dan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan saat ini berada dalam ruang lingkup industri hiburan dan olahraga yang sangat dipengaruhi oleh emosi dan loyalitas publik. Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* yang digunakan lebih menekankan pada pendekatan emosional dan komunitas, dengan membangun hubungan erat dengan para penggemar, media, dan masyarakat umum melalui interaksi langsung, kampanye digital, serta kegiatan

yang mengedepankan identitas klub dan nilai-nilai yang dianut.

Novelty atau kebaruan penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan Riverside Forest yang membahas Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations*. Kebaruan lainnya yaitu penelitian ini merupakan penelitian pertama yang meneliti mengenai kegiatan komunikasi yang dilakukan Riverside Forest kepada para komunitas pendukungnya melalui media sosial Instagram ataupun melalui kegiatan-kegiatan langsung yang diadakan, yang bertujuan untuk Menjalin Hubungan yang Harmonis dengan para komunitas pendukungnya.



| Nama Peneliti | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian | Relevansi | Perbedaan |
|--------------------------|---|----------------------------|--|---|---|
| Faizal Haris Eko Prabowo | <i>Corporate Public Relations</i> Serta Pengaruhnya Terhadap Citra Perusahaan: survei terhadap persepsi peserta PT.ASKES (persero) kantor cabang Tasikmalaya. | deskriptif dan verifikatif | Berdasarkan Hasil Penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini menyatakan bahwa CPR memiliki pengaruh sebesar 55,4% terhadap Citra Perusahaan. Dari hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa <i>Corporate Public Relations</i> memiliki pengaruh yang positif terhadap Citra Perusahaan. | Relevansi dari Penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan kesamaan yaitu peran <i>corporate Public Relations</i> sebagai strategi komunikasi utama dalam membangun hubungan antara organisasi dan publiknya juga strategi PR tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membentuk citra positif organisasi di mata stakeholder, Begitupun dengan penelitian yang penulis sedang lakukan ini, komunikasi adalah utama dalam membangun hubungan antara Riverside Forest dengan komunitas pendukungnya ataupun publicnya. | Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan ialah penelitian tersebut menitikberatkan pada pengaruh strategi PR terhadap persepsi peserta atau pelanggan sebagai bentuk evaluasi citra perusahaan, sehingga pendekatannya kuantitatif dan berbasis persepsi konsumen juga . Sedangkan dalam penelitian yang sedang penulis lakukan lebih menekankan pada upaya menjalin hubungan yang harmonis dengan komunitas pendukungnya melalui komunikasi yang bersifat emosional dan partisipatif. |
| Bianda | Strategi | kualitatif | Dengan | Relevansi dari | Perbedaan |

| | | | | | |
|---------------|--|------------|--|--|--|
| Ludwiant o | <i>Public Relations</i> PT. Tunas Bola Dalam Membangun Citra Perusahaan. | | menggunakan strategi yang tepat dan mendapat citra positif maka akan berdampak baik untuk perusahaan, untuk itu PT. Tunas Bola dapat meraih dua penghargaan dalam <i>Indonesia Print Media Awards (IPMA) 2015</i> . Pertama, sebagai <i>Bronze Winner</i> dari kategori <i>The Best of Sport & Healthy Local Magazine</i> , untuk BolaVaganza. Dan kedua, sebagai <i>Bronze Winner</i> dari kategori <i>The Best of Sport & Healthy Tabloid</i> , untuk Mingguan Bola. | Penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan kesamaan yaitu pada program membangun sebuah citra melalui kegiatan yang diadakannya, yang bertujuan untuk memperoleh pengertian, goodwill, kepercayaan, dan penghargaan dari masyarakat luas. Begitupun dengan penelitian yang penulis sedang lakukan ini, namun berfokus juga dalam hal membangun, mempertahankan hubungan yang baik dan harmonis dengan para komunitas pendukungnya dengan diadakannya sebuah kegiatan yang bisa sekaligus membangun sebuah citra yang baik kepada public. | antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan ialah hanya berfokus pada melakukan kegiatan untuk membangun sebuah citra saja untuk memperoleh pengertian, goodwill, kepercayaan dan penghargaan dari masyarakat luas, sedangkan dalam penelitian yang sedang penulis lakukan adalah berfokus juga pada membangun, mempertahankan hubungan yang baik, hubungan yang harmonis dengan para komunitas pendukungnya sekaligus dengan melakukan kegiatan untuk membangun sebuah citra yang baik kepada public. |
| Riswinda | Peran | Kualitatif | Peran | Relevansi dari | Perbedaan |

| | | | | | |
|----------------|---|--|--|---|--|
| Dwi Oktavian a | <i>Corporate Public Relations</i> Gosh Shoes Dalam Meningkatkan <i>Customer Loyalty</i> . | | <i>Corporate Public Relations</i> GOSH shoes dalam meningkatkan <i>customer loyalty</i> dilakukan melalui membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat dengan pelanggan menggunakan <i>service excellence</i> dan <i>special treatment</i> agar timbul kenyamanan dan kepercayaan pada pelanggan dalam bentuk loyalitas pelanggan, menyediakan saran pada manajemen terkait kebijakan, hubungan dan komunikasi dengan memperhatikan <i>public desires</i> dan <i>aspiration</i> agar mudah untuk mengetahui | Penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan kesamaan yaitu dalam kegiatan strategi komunikasi <i>corporate public relation</i> dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan saling bermanfaat. Kemudian dalam menyediakan saran kepada manajemen terkait kebijakan, hubungan dan komunikasi penelitian tersebut, begitupun dengan penelitian yang penulis sedang lakukan ini, namun berfokus pada membangun, mempertahankan hubungan yang baik, hubungan yang harmonis dengan para komunitas pendukungnya | antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan ialah pada kegiatan penelitian, fokus penelitian tersebut berfokus pada pada loyalitas pelanggan terhadap penjualan produknya saja, sedangkan dalam penelitian yang sedang penulis lakukan adalah berfokus pada membangun, mempertahankan hubungan yang baik, hubungan yang harmonis dengan para komunitas pendukungnya tanpa berfokus pada penjualan produknya. |
|----------------|---|--|--|---|--|

| | | | | | |
|-------------------|---|------------|---|---|---|
| | | | <p>kebutuhan dan keinginan publik, khususnya pelanggan dan mengidentifikasi dan mengetahui isu yang berkembang pada publik dengan lebih memperhatikan segala platform social media dalam meminimalisir isu atau berita yang dapat menjadi ancaman untuk GOSH shoes. Sehingga tujuan GOSH shoes dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dapat berjalan dengan sesuai harapan.</p> | | |
| Navy Safira Putri | Strategi <i>Corporate Public Relations</i> Dalam Rangka Membina Hubungan Dengan Pelanggan | kualitatif | <p>Dalam penelitian ini ditemukan beberapa program yang telah ditetapkan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Jawa Timur. Secara internal perusahaan mengadakan seminar,</p> | <p>Penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan kesamaan yaitu dalam kegiatan strategi komunikasi <i>corporate public relation</i> dalam hal menjaga hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan dan</p> | <p>Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan ialah pada penelitian tersebut menitikberatkan pada penanganan masalah yang datang dari pelanggan dan bagaimana perusahaan</p> |

| | | | | | |
|-------------------------|--|-------------------------|---|---|--|
| | | | <p>sosialisasi, memberikan bonus produk pada pelanggan. Secara eksternal yaitu perusahaan mengadakan bagi-bagi mie instan di beberapa titik kota pada saat libur lebaran dan perusahaan terjun langsung ke beberapa titik agen ix yang telah melakukan kontrak kerja sama dengan perusahaan untuk melihat berapa persen hasil penjualan di agen tersebut.</p> | <p>menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh perusahaan, juga melakukan komunikasi yang baik dengan publik agar terjadi suatu jalinan kerja yang baik, begitupun dengan penelitian yang penulis sedang lakukan ini, yang berfokus pada menjaga hubungan baik, menyelesaikan masalah dengan melakukan komunikasi yang baik kepada public agar terjaganya hubungan baik dengan komunitas pendukungnya.</p> | <p>mempertahankan hubungan dengan mereka melalui pemahaman yang tepat mengenai identitas perusahaan. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan saat ini memperluas fokus tersebut dengan menekankan pentingnya membangun dan mempertahankan hubungan yang harmonis dengan komunitas pendukungnya, guna menciptakan ikatan yang berkelanjutan dan mendukung reputasi perusahaan di mata publik.</p> |
| Adriana DoRego De Jesus | Strategi <i>Corporate Public Relations</i> Perusahaan Pabrik Gula Pg Kebon Agung Dalam Rangka Membina Hubungan Dengan <i>Stakeholder</i> . | Kualitatif & Deskriptif | <p>Untuk mengembangkan koneksi dengan pemangku kepentingan, PG Kebon Agung menggunakan lima macam metode hubungan masyarakat perusahaan:</p> | <p>Penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan kesamaan yaitu dalam strategi komunikasi <i>corporate Public Relations</i> sebagai alat utama dalam membina hubungan yang konstruktif dan</p> | <p>Perbedaan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan ialah lebih menitikberatkan strategi PR-nya pada pembinaan hubungan dengan <i>stakeholder</i> yang bersifat institusional dan ekonomi dan</p> |

| | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|
| | | | <p>membuat keputusan target, membuat tujuan program, mengidentifikasi audiens, menetapkan kebijakan atau pedoman, dan memilih taktik.</p> <p>Target membuat keputusan berdasarkan taktik publik target, yang mungkin termasuk demografi, lokasi, psikografis, kekuatan tersembunyi, posisi, reputasi, keanggotaan, dan peran. Sistem pass digunakan untuk memberikan poin pada program PG Kebon Agung</p> | <p>berkelanjutan, juga menciptakan hubungan yang harmonis dan saling mendukung melalui penyampaian informasi yang transparan, pendekatan yang persuasif, dan pemeliharaan citra positif organisasi di mata publik. Begitupun dengan penelitian yang penulis sedang lakukan ini, yang berfokus dalam membina hubungan juga menciptakan hubungan yang harmonis dan saling mendukung satu sama lainnya antara sebuah Club dengan komunitas pendukungnya.</p> | <p>Fokus utamanya adalah membangun kepercayaan melalui kerja sama yang profesional dan tanggung jawab sosial perusahaan, Sedangkan penelitian yang penulis lakukan saat ini Strategi Komunikasi <i>Corporate Public Relation</i> yang digunakan lebih menekankan pada pendekatan emosional dan komunitas, dengan membangun hubungan erat dengan para penggemar, media, dan masyarakat umum melalui interaksi langsung, kampanye digital, serta kegiatan yang mengedepankan identitas klub dan nilai-nilai yang dianut.</p> |
|--|--|--|---|---|--|

Tabel 1.1 Penelitian yang Relevan

Sumber: Data Olahan Peneliti

Landasan Pemikiran

Landasan Teori

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini akan mengkaji implementasi program Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations*. Menurut Mardalis (2003:42) bahwa teori diartikan sebagai seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan yang mencerminkan suatu pandangan sistematis mengenai fenomena dengan menerangkan hubungan antar variabel, dengan tujuan untuk menerangkan dan meramalkan fenomena. landasan teori adalah konsep yang saling berhubungan untuk mendeskripsikan variabel-variabel yang diteliti.

Penelitian ini difokuskan pada implementasi program Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations*. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami sejauh mana pelaksanaan program tersebut dapat memenuhi target yang diinginkan. Dalam kajian ini, teori menjadi dasar utama yang digunakan untuk mendeskripsikan dan meramalkan fenomena yang berkaitan dengan hubungan antar variabel yang diteliti.

Teori adalah seperangkat konsep dan definisi yang saling berhubungan, yang memberikan pemahaman sistematis terhadap suatu fenomena. Teori bertujuan untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena melalui hubungan antar variabel yang terlibat. Landasan teori sendiri merupakan kumpulan konsep yang digunakan untuk mendeskripsikan semua variabel penelitian secara komprehensif.

Menurut Juliansyah, (2000:2) mendefinisikan *Corporate Public Relations* merupakan kegiatan dari program-program yang menimbulkan citra baik perusahaan kepada publiknya melalui komunikasi informatif, edukatif dan persuasif sehingga menimbulkan kepercayaan, simpatik, dan empatik dengan memberikan kesan yang dapat diterima publiknya (Vinet & Zhedanov, 2011)

Menurut penjelasan diatas *Corporate Public Relations* dapat dipahami sebagai serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan di mata publik. Program-program ini dirancang untuk menciptakan komunikasi yang informatif, edukatif, dan persuasif, sehingga mampu membangun kepercayaan, simpati, dan empati dari publik. Melalui pendekatan semacam ini, perusahaan berusaha menciptakan kesan yang baik dan dapat diterima oleh audiensnya.

Corporate Public Relations memegang peranan strategis dalam menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publik. Ini dicapai melalui pengelolaan pesan yang efektif, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran publik, memperkuat loyalitas, dan menjaga reputasi perusahaan. Proses komunikasi yang dijalankan tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga interaktif, sehingga mampu menjembatani kebutuhan perusahaan dan aspirasi publik.

Teori yang digunakan pada penelitian ini merupakan deskripsi lanjutan antara fenomena yang diteliti dengan suatu teori, konsep yang diambil berdasarkan pertimbangan peneliti karena dianggap sesuai dengan kerangka

fokus penelitian yang akan diteliti yaitu mengenai “Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* Klub Sepak Bola Riverside Forest di Kota Bandung dalam Upaya Menjalin Hubungan yang Harmonis” dalam upaya membangun hubungan yang harmonis dengan komunitas supporter.

Peneliti akan menggunakan *Relationship Management Theory* yang dikembangkan oleh Ledingham dan Bruning Dalam buku *Relationship Management: Dimensions Of An Organization-Public Relationship* (Ledingham & Bruning, 1998) terdapat lima aspek penting dalam membina hubungan yang baik, yaitu:

1. *Trust* (Kepercayaan)
2. *Openness* (Keterbukaan)
3. *Involvement* (Keterlibatan)
4. *Investment* (Investasi)
5. *Commitment* (Komitmen).

Melalui pemahaman terhadap teori ini, perusahaan diharapkan mampu membangun reputasi yang kuat serta memperkuat hubungan yang berkelanjutan dengan publiknya. Dalam praktik komunikasi korporat, pendekatan ini menjadi acuan penting karena tidak hanya menekankan isi pesan, tetapi juga kualitas hubungan yang terjalin antara perusahaan dan audiens secara menyeluruh.

Dengan menerapkan strategi yang dirancang secara sistematis, perusahaan memiliki potensi untuk mempengaruhi opini publik serta menjalin hubungan yang lebih erat dengan berbagai pihak. Dalam kerangka

ini, *Corporate Public Relations* tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi manajemen yang mendukung keberhasilan perusahaan secara menyeluruh.

Landasan Konseptual

Landasan Konseptual bagian dari penelitian yang berfungsi yang berfungsi untuk menjelaskan arah penelitian dan memfokuskan kajian pada dasar teori yang jelas

Relationship Management Theory adalah pendekatan dalam komunikasi yang menekankan pentingnya membangun dan memelihara hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya. Hubungan yang dikelola dengan baik berdasarkan kepercayaan, keterbukaan, dan saling pengertian dapat menciptakan keuntungan jangka panjang bagi kedua belah pihak. Organisasi tidak hanya fokus pada pencapaian tujuan mereka sendiri, tetapi juga memperhatikan kebutuhan dan harapan publik agar tercipta hubungan yang seimbang dan berkelanjutan. teori ini mengajarkan bahwa keberhasilan organisasi banyak bergantung pada kualitas hubungan yang dijalinnya.

Terdapat Lima komponen penting keberhasilan dalam membangun sebuah hubungan yang dijalin dan dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Relationship Management Theory*, Yaitu

1. ***Trust*** (Kepercayaan)

Menurut Ledingham & Brunning (1998), Kepercayaan salah satu pilar utama dalam manajemen hubungan publik, dimana publik

yakin bahwa organisasi akan berperilaku konsisten, tulus, dan memperhatikan kepentingan mereka dalam setiap interaksi komunikasi, Kepercayaan pada dasarnya mengacu pada perasaan bahwa mereka dalam hubungan bisa saling bergantung satu sama lain. Ketergantungan, keterusterangan dan *Trustworthiness* adalah komponen kunci.

2. ***Openness*** (Keterbukaan)

Menurut (Ledingham, 2003) keterbukaan adalah, dimensi utama dalam membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dan publik, yang tercermin dari sikap transparan, penerimaan terhadap masukan, dan komunikasi dua arah yang seimbang. Jadi bisa membuka ruang dialog terbuka untuk memberikan saran atau masukan kepada organisasi dan selalu transparan ketika membagikan informasi kepada publik.

3. ***Involvement*** (Keterlibatan)

Menurut Ledingham, J. A., & Bruning, S. D. (2000), keterlibatan merupakan bentuk keterikatan emosional dan intelektual yang terjalin ketika publik merasa diikutsertakan dalam aktivitas atau komunikasi organisasi, sehingga dapat memperkuat rasa memiliki dan kesetiaan terhadap suatu hubungan.

4. *Investment* (Investasi)

Menurut (Coombs & Holladay, 2014) *Public Relations* dilihat sebagai bentuk investasi strategi dalam membangun relasi yang tidak hanya mendukung pencapaian tujuan perusahaan saja, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan sosial masyarakat

5. *Commitment* (Komitmen)

Menurut (Morgan & Hunt, 1994) Komitmen dalam hubungan komunikasi strategis mencerminkan niat kuat organisasi untuk mempertahankan relasi yang bernilai dengan publik secara berkelanjutan. Ini menjadi dasar penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang.

Langkah-langkah Penelitian

Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada klub Sepak Bola Bandung yang berada di liga 4, series 2 Jawa Barat, Indonesia, Riverside Forest. Penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* Klub Sepak Bola Riverside Forest di Kota Bandung dalam Upaya Menjalin Hubungan yang Harmonis maka dari itu peneliti melakukan penelitian di kantor Riverside Forest yang berlokasi di Perum Cijerah I Blok VI No.7, Kota Bandung, Indonesia dan memiliki akses pengambilan data yang diperlukan oleh peneliti, seperti yang kita ketahui Riverside Forest merupakan sebuah klub Sepakbola yang berlaga di Liga 4, series 2 Jawa Barat yang berasal dari Bandung.

Paradigma

Paradigma adalah sudut pandang atau cara seseorang memahami sesuatu yang ada dalam diri mereka dan memengaruhi cara mereka melihat dunia sekitar. Paradigma penelitian adalah kerangka pemikiran yang memberikan penjelasan mengenai cara peneliti memandang realitas sosial dan bagaimana peneliti berinteraksi dengan ilmu atau teori yang dibentuk sebagai pandangan fundamental dari suatu disiplin mengenai isu-isu utama yang seharusnya diteliti.

Menurut Guba & Lincoln dalam (Hikmah, 2020) Paradigma penelitian juga memberikan penjelasan tentang cara peneliti menginterpretasikan sebuah isu, serta kriteria pengujian sebagai dasar untuk menemukan solusi terhadap pertanyaan penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. *Konstruktivisme* menjelaskan bahwa peristiwa sosial yang muncul memiliki variasi bentuk yang berbeda, yang bergantung pada pengalaman sosial yang ada, serta berfokus dan terintegrasi pada individu yang melaksanakannya. Paradigma *konstruktivisme* dianalisis melalui pemikiran individu yang mulai memberikan makna dan pemahaman terhadap tindakannya.

Peneliti menggunakan paradigma *konstruktivisme* karena tujuan peneliti merupakan ingin bertujuan untuk melestarikan serta menginterpretasikan informasi yang diperoleh terkait suatu peristiwa sosial. Pendekatan ini digunakan agar peneliti dapat menjelaskan realitas berdasarkan pengalaman dan sudut pandang individu yang terlibat, sehingga makna sosial yang terbentuk tidak hilang dan tetap kontekstual sesuai dengan

pemahaman para partisipan. Menurut Hidayat dalam (Umanailo, 2020) Paradigma Konstruktivisme merupakan sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara/mengelola dunia sosial mereka. Dalam hal ini Paradigma Konstruktivisme sesuai dengan tujuan penelitian yaitu melalui pengamatan langsung dalam kegiatan sosial mereka yang bertujuan menciptakan, memelihara/mengelola komunikasi dengan komunitas supporternya.

Pendekatan

Pendekatan adalah metode atau strategi yang digunakan oleh peneliti untuk mendekati dan menjawab pertanyaan atau tujuan penelitian tertentu. Pendekatan ini bertujuan untuk menentukan cara pelaksanaan penelitian, pengumpulan data, serta data analisis yang diperlukan.

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengumpulkan serta menjelaskan peristiwa sosial yang dianggap mampu mengetahui peristiwa atau realitas sosial dari hasil penelitian yang didapat oleh peneliti. Menurut Sugiyono dalam (K Rijal Indra & W Syaikul, 2022) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat fenomenologi yang digunakan untuk meneliti kondisi ilmiah yang dimana peneliti adalah instrumennya, teknik pengumpulan data dan analisis kualitatifnya lebih menekankan pada makna. Pendekatan kualitatif dinilai sesuai dan sejalan dengan tujuan peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan.

Paradigma *konstruktivisme* adalah dasar penelitian ini. Karena

paradigma ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami makna nalar itu sendiri. Dalam hal ini, strategi *Corporate Public Relations* yang digunakan oleh klub sepakbola Riverside Forest adalah contoh strategi ini.

Menurut *konstruktivisme*, ada berbagai bentuk konstruksi realitas yang bergantung pada pengalaman, spesifik, dan lokal. Oleh karena itu, realitas yang diamati peneliti tidak dapat disamakan dengan semua aspek. Menurut paradigma ini, ada korelasi antara pengamat dan objek (Moleong, 2021). Penelitian ini menggunakan *konstruktivisme* untuk mencoba menerapkan *Corporate Public Relations* pada klub sepak bola Riverside Forest.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor (1982) Menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata kata tertulis atau lisan dari orang orang dan perilaku yang dapat diamati; pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara *holistic*.

Penelitian deskriptif menghasilkan data berupa kata-kata, baik dari wawancara langsung, pernyataan lisan, tulisan, maupun dari pengamatan terhadap perilaku orang-orang yang terlibat. Pendekatan ini lebih menekankan pada pemahaman menyeluruh terhadap situasi, tempat, dan individu yang menjadi objek kajian.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan deskriptif sangat tepat digunakan karena dapat membantu menggambarkan secara utuh bagaimana strategi komunikasi dijalankan oleh divisi *Corporate Public Relations* klub sepak bola RiversideForest. Melalui observasi dan wawancara, peneliti dapat

memahami secara langsung bagaimana komunikasi dibangun, pesan disampaikan, serta bagaimana interaksi yang terjalin antara klub dan masyarakat Kota Bandung untuk menciptakan hubungan yang harmonis.

Jenis Data Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, sesuai dengan tujuan penelitian, karena pendekatan yang digunakan kualitatif yang berdasarkan secara subjektif, maka data yang dikumpulkan sesuai data kualitatif berdasarkan tujuan penelitian. Data kualitatif adalah data yang menggunakan kalimat, data ini mempunyai peran untuk menjelaskan secara deskriptif dari penelitian yang dibuat baik berupa masalah ataupun keunikan yang diangkat oleh seorang peneliti (Pabundu 2006:57). Data yang diperoleh menggambarkan kegiatan Strategi Komunikasi *Corporate Public Relations* Riverside Forest dalam Upaya Menjalin Hubungan yang Harmonis dengan Komunitas Pendukungnya

2. Sumber Data

Data yang digunakan peneliti yaitu jenis data primer. Menurut Pabundu (2006:57), data primer merupakan data yang diperoleh langsung Dari informan dan memiliki data yang di butuhkan, serta Berseri memberikan data secara langsung dan akurat, data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh responden atau objek yang diteliti, data tersebut dapat diperoleh secara langsung baik Dari informan maupun data dilapangan.

Data primer sangat penting untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi dijalankan oleh tim *Corporate Public Relations* klub sepak bola Riverside Forest di Kota Bandung. Dengan berbicara langsung kepada pihak yang terlibat, seperti staf PR, pengurus klub, dan mungkin juga pendukung atau masyarakat sekitar, peneliti bisa mendapatkan gambaran nyata dan akurat tentang cara klub membangun komunikasi dan menciptakan hubungan yang baik dengan publiknya. Data seperti ini tidak bisa diperoleh hanya dari teori atau dokumen, melainkan harus didapat langsung dari pengalaman dan praktik di lapangan.

Teknik Pemilihan Informan

Teknik pemilihan Informan dalam penelitian merupakan salah satu orang yang paham terhadap apa yang diteliti oleh peneliti sehingga dapat membantu proses analisis yang terjadi dilapangan. Hasan (2002 :86) menjelaskan bahwa observasi merupakan kegiatan pemilihan, pengubahan, mencatat dan memberikan kode pada deretan perilaku yang sesuai dengan tujuan. Observasi dalam pengumpulan data dapat dilakukan seperti halnya prapenelitian, pada saat penelitian dan pasca penelitian. Pemilihan informan yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu melihat pihak yang paham terkait *Corporate Public Relations* Riverside Forest yang nantinya akan memperoleh data yang valid sesuai tujuan penelitian.

Penulis memilih informan dari bidang Humas Riverside Forest karena bidang tersebut memiliki data yang valid mengenai Strategi *Corporate Public Relations* yang dilakukan Riverside Forest, serta bidang humas juga

merupakan bidang yang melakukan strategi Branding Riverside Forest tersebut. Berikut kriteria informan yang hendak digunakan pada penelitian ini diantaranya:

1. Anggota Birds Death Brigade karena informasi yang dibutuhkan oleh peneliti merupakan salah satu strategi *Corporate Public Relations* yang dilaksanakan oleh Riverside Forest, serta salah satu orang yang terlibat pada kegiatan *Corporate Public Relations* yang dilakukan
2. Management Riverside Forest karena informasi yang dibutuhkan oleh peneliti merupakan salah satu strategi *Corporate Public Relations* yang dilaksanakan oleh Riverside Forest, serta salah satu orang yang memantau pada kegiatan *Corporate Public Relations* yang dilakukan
3. Kepala Bidang Humas Riverside Forest karena informasi yang dibutuhkan oleh peneliti merupakan salah satu strategi *Corporate Public Relations* yang dilaksanakan oleh Riverside Forest, serta orang yang mengetahui atas berjalannya kegiatan *Corporate Public Relations* yang dilakukan.
4. Anggota Birds Death Brigade karena informasi yang dibutuhkan oleh peneliti merupakan salah satu strategi *Corporate Public Relations* yang dilaksanakan oleh Riverside Forest, serta salah satu orang yang terlibat pada kegiatan *Corporate Public Relations* yang dilakukan

Teknik Penentu Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan untuk memperkuat akurasi ketepatan data yang diteliti. Data yang kurang tepat akan menghasilkan penarikan kesimpulan yang kurang tepat, demikian pula sebaliknya semakin akurat data

yang didapat maka akan semakin akurat ketepatan kesimpulan yang dihasilkan. Teknik menentukan keabsahan data yang dipakai merupakan teknik Triangulasi. Teknik Triangulasi dilakukan dengan tujuan untuk menghindari kesalahan fatal dalam mengumpulkan suatu data. Triangulasi data adalah pengecekan data dengan cara melakukan pemeriksaan ulang terhadap suatu data. Creswell (2022) Menerangkan bahwasannya Triangulasi adalah melakukan pengecekan data yang berbeda sumber informasi dengan memeriksa bukti-bukti dari sumbernya dan menggunakannya untuk meningkatkan kredibilitas data yang koheren dengan tema yang dibahas.

Berikut teknik triangulasi yang digunakan di antaranya:

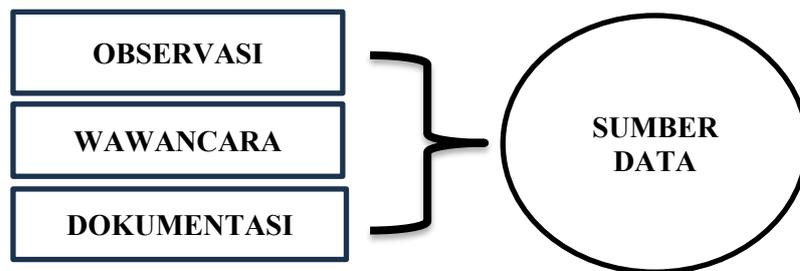
1. Triangulasi Sumber Data

Teknik ini dilakukan dengan mewawancarai tiga narasumber yang relevan berdasarkan tema penelitian. Triangulasi sumber data yang berbeda bertujuan untuk memperkuat keabsahan data berdasarkan beberapa sudut pandang yang berbeda. Korelasi antara teknik triangulasi yang digunakan dengan tema penelitian karena metode kualitatif yang digunakan identik dengan subjektifitas narasumber sehingga diperlukan beberapa sumber yang berbeda untuk saling menguatkan data dan informasi yang didapatkan selama penelitian. Informasi yang didapatkan merupakan data yang saling melengkapi diantara ketiga narasumber.

2. Triangulasi Metode atau Teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji reliabilitas data yang

dilakukan dengan cara memeriksa data dari sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda sehingga diperoleh data dari sumber yang sama.



Gambar 1.1 Triangulasi Metode atau Teknik Penentu Keabsahan Data

Sumber: Buku Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D

Oleh Sugiyono 2012

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian penting dalam penelitian untuk memperoleh informasi perihal tema yang diangkat, ini juga merupakan elemen pendukung dari penelitian. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan kegiatan pengumpulan data melalui tanya jawab antara peneliti dan informan. Moleong (2000:135) Wawancara merupakan interaksi dua orang yang mana seorang pewawancara mengajukan pertanyaan dan mendapatkan jawaban dari informan dengan tujuan tertentu.

Penulis menggunakan teknik wawancara mendalam untuk memperoleh informasi mengenai strategi *Corporate Public Relations* yang dilakukan oleh Riverside Forest dengan menggali informasi secara mendalam sesuai dengan model Ostegaard yang dimulai dari identifikasi masalah, pelaksanaan dan

evaluasi. Peneliti mendatangi informan yang berada di kantor Riverside Forest dengan bantuan rekaman saat melakukan tanya jawab

2. Observasi Partisipatori Pasif

Observasi partisipatori pasif merupakan observasi data tanpa mengikuti kegiatan yang sedang dipelajari. Ardianto (2010 :180) 26 observasi partisipatori pasif merupakan jenis penelitian yang mana peneliti hanya mengamati tidak untuk mengikuti kegiatannya. Penulis disini hanya mengamati dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan kampanye yang dilakukan, namun tidak mengikuti kampanye yang diselenggarakan. Tujuan observasi ini dalam penelitian yaitu agar peneliti dapat melihat secara langsung strategi *Corporate Public Relations* yang dilakukan Riverside Forest tanpa harus terjun langsung.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah data yang dapat mendukung penelitian dan berisi informasi yang disimpan atau didokumentasikan sebagai file. Metode dokumentasi dianggap paling hemat waktu, karena dapat menghemat waktu dibandingkan dengan metode lainnya. Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Fathony et al., 2021). Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Tujuan dokumentasi dalam penelitian ini yaitu untuk dapat memudahkan peneliti dalam mendapatkan

informasi data yang lengkap terkait kegiatan Komunikasi *Corporate Public Relation* Riverside Forest.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif akan dilakukan oleh penulis terutama pada saat dan setelah pengumpulan data. Dalam pengumpulan data berupa wawancara, peneliti menganalisis tanggapan informan. Apabila terdapat jawaban yang kurang memuaskan, maka akan dilanjutkan dengan wawancara hingga data yang diperoleh dianggap lengkap dan akurat. Setelah data penelitian terkumpul, peneliti akan menganalisis data tersebut dengan menggunakan teknik analisis data berdasarkan Miles & Huberman (dalam Sugiyono, 2008:91) dengan langkah sebagai berikut:

1. Mengelola Dan Menyiapkan Data

Setelah data-data penelitian terkumpul, Data yang diperoleh dilapangan jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit, maka akan segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang berkaitan dengan *Corporate Public Relations* melalui event olahraga. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai event olahraga yang dilakukan Riverside Forest, kemudian mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data kualitatif berdasarkan tujuan penelitian dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah mendisplaykan data, dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Mendisplaykan data akan mempermudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Pada penelitian ini peneliti akan menyajikan data dalam bentuk uraian singkat dimana akan mempermudah dan memperjelas data secara rinci dan akurat sehingga mudah dipahami dari hasil data yang diperoleh berdasarkan tujuan penelitian.

3. Memberikan Interpretasi Dan Makna

Dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penulis berada di lapangan, setelah mendapatkan data maka penulis akan menarik kesimpulan sebagaimana yang berkembang di lapangan.

Jadwal Rencana Penelitian

Tabel Rencana Jadwal Penelitian

| No. | Daftar Kegiatan | Desember 2024 | Januari 2024 | Februari 2024 | Maret 2024 | April 2024 | Mei 2024 |
|-----|--|---------------|--------------|---------------|------------|------------|----------|
| 1 | Tahap Pertama: Observasi dan Pengumpulan Data | | | | | | |
| | Pengumpulan Data Proposal | | | | | | |
| | Penyusunan Proposal | | | | | | |
| | Bimbingan Proposal | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|--|
| | Revisi Proposal | | | | | | |
| 2 | Tahap Kedua: Usulan Penelitian | | | | | | |
| | Sidang Usulan Penelitian | | | | | | |
| | Revisi Usulan Penelitian | | | | | | |
| 3 | Tahap Ketiga: Penyusunan Skripsi | | | | | | |
| | Pelaksanaan Penelitian | | | | | | |
| | Analisis dan pengolahan data | | | | | | |
| | Penulisan dan penyusunan laporan | | | | | | |
| 4 | Tahap keempat: Sidang Skripsi | | | | | | |
| | Bimbingan Akhir skripsi | | | | | | |
| | Revisi Skripsi | | | | | | |

Tabel 1.2 Rencana Jadwal Penelitian
 Sumber: Data Olahan Peneliti

