

**STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* PT. PERSIB
BANDUNG BERMARTABAT PADA PENGENALAN PEMAIN
BARU MUSIM 2025/2026**

(Studi Kasus: Pada Pengenalan Pemain Saddil Ramdani)

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana pada
Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sali Al-Aitaam*



Diajukan oleh:

PRIMA RAHMAN HAKIM

NIM: 2270201081

**UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANDUNG
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* PT. PERSIB
BANDUNG BERMARTABAT DALAM PENGENALAN
PEMAIN BARU MUSIM 2025/2026

(Studi Kasus Pada Pada Pengenalan Saddil Ramdani)

Diajukan oleh :

Prima Rahman Hakim

Nim : 2270201081

Telah disetujui oleh :

Pembimbing skripsi



Nazmi Abdurahman, S.Sos., M.Sos

NIDN: 0413049203

Tanggal

17 Juni 2026

LEMBAR PENGESAHAN**SKRIPSI****STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* PT. PERSIB
BANDUNG BERMARTABAT DALAM PENGENALAN
PEMAIN BARU MUSIM 2025/2026****(Studi Kasus Pada Pengenalan Saddil Ramdani)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Prima Rahman Hakim

2270201081

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 1 Juli 2026

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Prodi: Marina Yuliani, S.I.Kom., M.I.Kom.
NUPTK: 0033776677230283()Penguji 1: Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN: 0410087803()Penguji 2: Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom., M.I.Kom.
NUPTK: 985277678230202()Bandung, 20 Juli 2026
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sali Al-AitaamDery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN: 0410087803

LEMBAR PERNYATAAN

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* PT. PERSIB BANDUNG BERMARTABAT PADA PENGENALAN PEMAIN BARU MUSIM 2025/2026 (Studi Kasus Pada Pengenalan Saddil Ramdani) merupakan hasil karya saya sendiri, tidak ada bagian di dalamnya yang merupakan karya orang lain kecuali yang telah dicantumkan sumbernya dengan jelas.

Bandung, 26 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Prima Rahman Hakim

2270201081

MOTTO

وَأَنَّ الْفَرْجَ مَعَ الْكَرْبِ وَأَنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: "Ketahuilah bahwa jalan keluar itu datang bersama kesulitan, dan kemudahan itu datang bersama kesusahan." (HR. Ahmad)



LEMBAR DEDIKASI

Skripsi ini peneliti dedikasikan kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti dalam setiap langkah perjalanan peneliti. Terima kasih atas segala pengorbanan, motivasi, serta kepercayaan yang telah diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi bentuk kecil dari rasa terima kasih peneliti kepada semua yang telah berperan dalam perjalanan ini.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini. Skripsi yang diperlukan untuk Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam adalah **Strategi Komunikasi *Public Relations* PT. Persib Bandung Bermartabat Pada Pengenalan Pemain Baru Musim 2025/2026 - Studi Kasus Pada Pengenalan Saddil Ramdani.**

Dalam membuat skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, pekerjaan ini tidak akan selesai. Karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

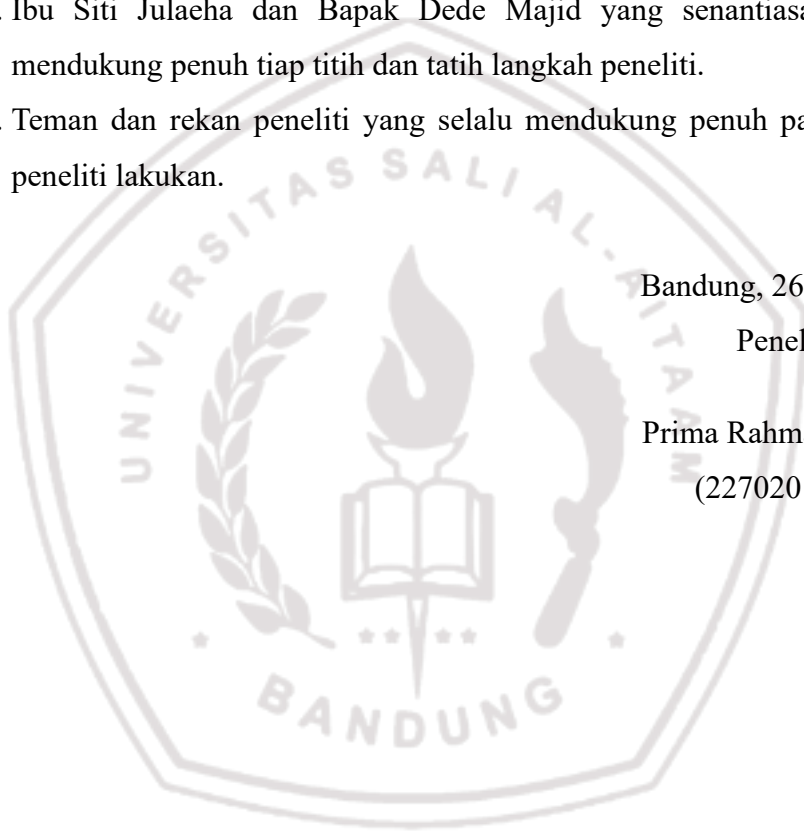
1. Drs. H. Sali Iskandar, M.M (Alm) selaku Pendiri, Perintis dan Pembina Universitas Sali Al-Aitaam
2. Ibu Fatimah Nurjannati Iskandar, S.E. M.Ak, selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam.
3. Andri Asmari, S.E., M.M selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Kurikulum Universitas Sali Al-Aitaam
4. Dian Haerana, S.T, selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan dan Sarana Prasarana Universitas Sali Al-Aitaam
5. Ir. Arif Nugraha, M.M, selaku Wakil Rektor III Bidang Adm Kemahasiswaan dan PMB Universitas Sali Al-Aitaam
6. Dery Fitriadi Ginanjar, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam
7. Marina Yuliani, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam
8. Wusana Bayu P, S.Pt., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sali Al-Aitaam
9. Nazmi Abdurrahman, S.Sos., M.Sos, selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing peneliti dengan baik dan sabar.
10. Deli Luthfi Rahman, S.Sos., M.Sos, selaku dosen wali peneliti yang telah membimbing dengan baik dan sabar.

11. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi 1) Deli Luthfi, S.Sos., M.Sos, 2) Enung Nurhayati, S.Sos., M.Si, 3) Lina Wiyarsih, S.Sos., M.I.Kom 4) M. Hanif Fatahillah Iskandar, S.I.Kom., M.I.Kom 5) Mega Mutia Maeskina, S.I.Kom., M.I.Kom, 6) Mia Tania, S.I.Kom., M.I.Kom, 7) Nazmi Abdurahman, S.Sos., M.Sos 8) Ogy Mahendra, S.I.Kom., M.I.Kom, 9) Ryan Suherlan, S.I.Kom., M.I.Kom.
12. Jajaran civitas akademika Universitas Sali Al-Aitam
13. Ibu Siti Julaeha dan Bapak Dede Majid yang senantiasa dan selalu mendukung penuh tiap titih dan tatih langkah peneliti.
14. Teman dan rekan peneliti yang selalu mendukung penuh pada apa yang peneliti lakukan.

Bandung, 26 Juli 2026

Peneliti

Prima Rahman Hakim
(2270201081)



STRATEGI KOMUNIKASI *PUBLIC RELATIONS* DALAM PENGENALAN PEMAIN BARU MUSIM 2025/2026

(Studi Kasus Pada Pengenalan Saddil Ramdani)

Prima Rahman Hakim, 2026, Nazmi Abdurrahman, M.Sos, Fakultas Ilmu
Komunikasi, Universitas Sali Al-Aitaam

Email: primarahman63@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan strategi komunikasi *Public Relations* (PR) PT. Persib Bandung Bermartabat dalam momentum pengenalan pemain baru Saddil Ramdani pada musim kompetisi 2025/2026. Penelitian ini memfokuskan kajian pada tiga dimensi analisis operasional yang diturunkan dari *Relationship Management Theory*, yaitu dimensi rencana, dimensi struktur, dan dimensi orientasi. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci (*Head of PR* PT. PBB), informan pendukung (*Media Officer* PT. PBB), dan informan ahli (pakar komunikasi eksternal), serta diperkuat oleh observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi rencana, perancangan komunikasi disusun secara terintegrasi pasca kepastian kontrak melalui konsep pesan audiovisual, penentuan momentum tayang, konvergensi media luar ruang (videotron) dengan media digital, serta pengemasan narasi personal. Pada dimensi struktur, tata kelola komunikasi dilaksanakan melalui pembagian peran yang teratur antara fungsi strategis PR dan teknis media digital, koordinasi lintas divisi, serta mekanisme kontrol pesan sebelum publikasi. Pada dimensi orientasi, strategi komunikasi diarahkan untuk menyampaikan informasi resmi secara kreatif, membangun antusiasme publik, serta memperkuat keterlibatan emosional (*public engagement*) dengan bobotoh. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi PR PT. Persib Bandung Bermartabat berperan tidak hanya sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam membangun dan merawat hubungan jangka panjang antara organisasi dan publiknya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Public Relations*, *Relationship Management*, Persib Bandung, Saddil Ramdani.

PUBLIC RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY IN INTRODUCING NEW PLAYERS FOR THE 2025/2026 SEASON

(Case Study of Saddil Ramdani's Introduction)

*Prima Rahman Hakim, 2026, Nazmi Abdurrahman, M.Sos, Faculty of
Communication Sciences, Sali Al-Aitaam University*

Email: primarahman63@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze and describe the Public Relations (PR) communication strategy of PT. Persib Bandung Bermartabat in the introduction of new player Saddil Ramdani for the 2025/2026 season. The study focuses on three operational dimensions derived from Relationship Management Theory: planning, structure, and orientation dimensions. Utilizing a constructivist paradigm with a qualitative research method and a case study approach, data were gathered through in-depth interviews with the key informant (Head of PR), supporting informant (Media Officer), and expert informant (communication specialist), supplemented by observation and documentation. Data analysis techniques included data reduction, data display, and conclusion drawing, validated through source, technique, and temporal triangulation. The results reveal that in the planning dimension, communication design was prepared through audiovisual message concepts, timing execution, convergence of Out-of-Home media (videotron) with digital platforms, and personal storytelling. In the structural dimension, communication governance was implemented through clear role distribution between strategic PR and digital media execution, inter-departmental collaboration, and internal message review mechanisms prior to publication. In the orientation dimension, the communication strategy was directed toward conveying official information creatively, generating public excitement, and strengthening emotional engagement with bobotoh. This research concludes that PT. Persib Bandung Bermartabat's PR communication strategy serves not only as an information channel but also as a strategic tool to build and sustain long-term relationships between the organization and its public.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations, Relationship Management, Persib Bandung, Saddil Ramdani.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
LEMBAR DEDIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	<i>ix</i>
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
1.1. Konteks Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	14
1.4.2 Kegunaan Praktis	14
1.5. <i>Setting</i> Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1. Penelitian Sejenis Terdahulu.....	17
1. Prastya (2023)	17
2. Najwandari et al. (2025)	18
3. Hopwood, Skinner, dan Kitchen (2022).....	19
4. Hafiar et al. (2024).....	19
5. Vlajkovic (2023)	20
2.2 Tinjauan Teoritis	25
2.2.1. komunikasi.....	25

2.2.2. Strategi Komunikasi.....	28
2.2.3. <i>Public Relations</i>	30
2.2.4. Persib Bandung	32
2.2.5. <i>Theory Relationship Management</i>	35
2.3. Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1. Metodologi Penelitian	42
3.1.1. Paradigma, Metode, dan Pendekatan Penelitian	42
3.1.2. Subjek Penelitian	48
3.1.3. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.1.4. Teknik Analisis Data.....	56
3.1.5. Uji Validasi Data.....	58
3.2 Gambaran Umum Objek Penelitian	60
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	60
3.2.2. Waktu Penelitian.....	60
BAB IV HASIL TEMUAN PENELITIAN	61
4.1. Temuan Penelitian	61
3.1.1. Rencana	61
3.1.2. Struktur	64
3.1.3. Orientasi.....	67
4.2. Metodologi Penelitian.....	69
4.2.1. Rencana	70
4.2.2. Struktur	79
4.2.3. Orientasi.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1. Kesimpulan	97
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN	104
RIWAYAT HIDUP	136

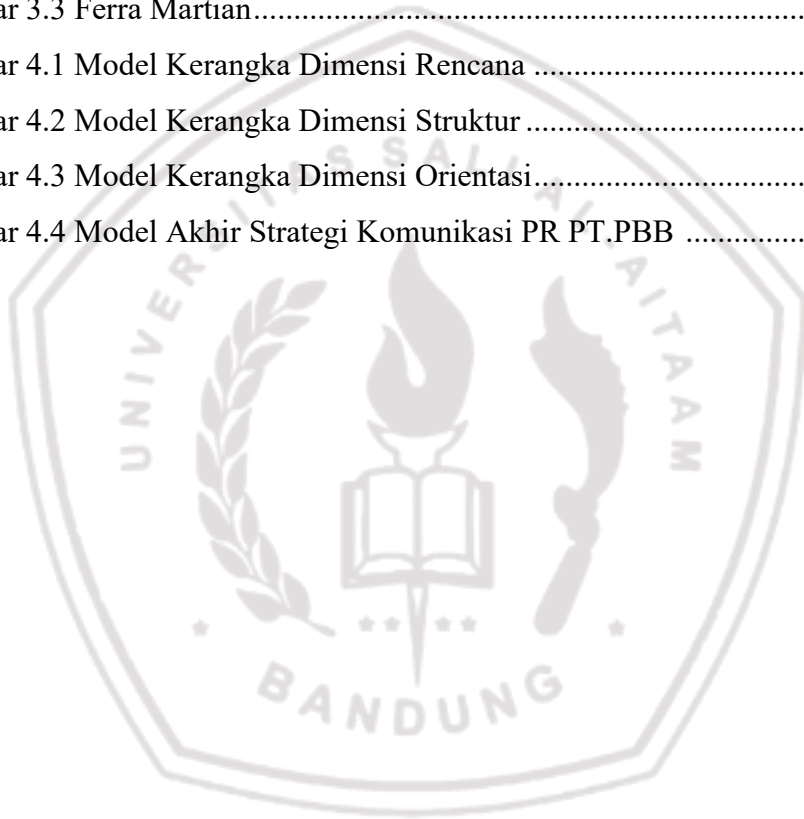
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Setting</i> Penelitian.....	15
Tabel 2.1. Matriks Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Subjek Penelitian	40
Tabel 3.1. <i>Setting</i> Penelitian.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Antusiasme bobotoh pada pengenalan saddil ramdani di videotron ...	1
Gambar 1.2 Graha Persib	8
Gambar 1.3 Antusiasme Penonton setiap pertandingannya	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 3.1 Adhi Pratama	42
Gambar 3.2 Muhammad Jatnika Sadili	43
Gambar 3.3 Ferra Martian.....	44
Gambar 4.1 Model Kerangka Dimensi Rencana	77
Gambar 4.2 Model Kerangka Dimensi Struktur	80
Gambar 4.3 Model Kerangka Dimensi Orientasi.....	84
Gambar 4.4 Model Akhir Strategi Komunikasi PR PT.PBB	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengajuan Penelitian	101
Lampiran 2 Pertanyaam Wawancara	102
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	104
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara	137
Lampiran 6 Riwayat Hidup.....	136

