

**PERBANDINGAN ANTARA PRESS RELEASE  
PT. ASTRA HONDA MOTOR DAN  
PT. YAMAHA MOTOR KENCANA INDONESIA  
(Studi Analisis Wacana Pendekatan van Dijk)**

***SKRIPSI***

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Sosial Dalam Bidang Ilmu Komunikasi



*Oleh:*

Risya Nurul Aptika  
NIM. B06206051

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2010**

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Skripsi oleh **Risya Nurul Aptika** dengan judul **PERBANDINGAN ANTARA PRESS RELEASE PT. ASTRA HONDA MOTOR DAN PT. YAMAHA MOTOR KENCANA INDONESIA (Studi Analisis Wacana Pendekatan Van Dijk)**, telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 18 Juni 2010

Pembimbing,

**Ali Nurdin, S.Ag., M.Si.**  
**NIP. 197106021998031001**

## **PENGESAHAN TIM PENGUJI**

Skripsi oleh Risyah Nurul Aptika ini telah dipertahankan di depan  
Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 20 Juli 2010  
Mengesahkan  
Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel  
Fakultas Dakwah  
Dekan,

**Dr. Aswadi, M.Ag.**  
**NIP. 19604121994031001**

Ketua,

**Ali Nurdin, S.Ag., M.Si**  
**NIP. 197106021998031001**

Sekretaris,

**Wahyu Ilaihi, MA.**  
**NIP. 197804022008012026**

Penguji I,

**Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip., M.Si**  
**NIP. 197301141999032004**

Penguji II,

**Drs. Agoes Moh. Moefad, S.H., M.Si**  
**NIP. 197008522005011004**

## **MOTTO & PERSEMBAHAN**

“Barang siapa yang bertaqwa kepada Allah  
niscaya Dia akan mengadakan baginya jalan keluar.  
Dan memberinya rizki dari arah yang tidak disangka-sangkanya.”  
(Q. S. at-Thalaq: 2-3).

Kupersembahkan skripsi yang sederhana  
ini kepada kedua orangtuaku, Ayah dan  
Ibu tercinta, serta semua orang yang  
menyayangiku

## ABSTRAK

Risya Nurul Aptika, NIM. B06206051, 2010. Perbandingan antara Press Release PT. Astra Honda Motor dan PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia (Studi Analisis Wacana Pendekatan Van Dijk). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Press release, Public Relations, Analisis Wacana

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: 1. Bagaimana struktur tematik, skematik, semantik, sintaksis, stilistik dan retorik *press release* PT. Astra Honda Motor dan PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia, 2. Bagaimana strategi *public relations* PT. Astra Honda Motor dan PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia dalam membentuk citra perusahaan melalui *press release*.

Dalam mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, penelitian ini menggunakan metode analisis wacana dengan pendekatan kritis model Van Dijk yang berguna mendeskripsikan makna teks melalui beberapa struktur wacana.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa 1. Topik yang diangkat kedua perusahaan tersebut mengenai kesuksesan masing-masing perusahaan. *Press release* antara AHM dan YMKI memiliki kesamaan yakni sebagai ajang pembentukan citra perusahaan. Dalam keseluruhan *press release* tidak ada kalimat-kalimat yang menyudutkan suatu pihak, namun keduanya sama-sama mengunggulkan perusahaan melalui bahasa yang dipakai. 2. PR PT. AHM berusaha memberitakan kondisi perusahaan yang mengalami peningkatan dari segi penjualan. Penggunaan bahasa yang rapi mencerminkan kepribadian perusahaan yang secara tidak langsung mempengaruhi *image* produk yang ditelurkan sebagai sepeda motor berkualitas tinggi. Penyertaan kutipan wawancara menjadi penguat fakta yang diberitakan dalam *press release*. Sedangkan PR PT. YMKI membuat *press release* tersebut lebih persuasif tanpa ada penyudutan terhadap pihak lain. Ucapan terima kasih terhadap pihak lain sering disematkan dalam teks sehingga menarik simpati pembaca, yang pada akhirnya pembaca/publik menangkap pemahaman bahwa YMKI merupakan perusahaan yang ramah dan handal.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis sampaikan kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, serta Shalawat dan Salam semoga tetap terlimpahkan kepada Sang Pembawa Amanah, Nabi Besar Muhammad Saw.

Alhamdulillah atas ridho dan rahmat-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi dengan judul: “Perbandingan Antara *Press Release* PT. Astra Honda Motor dan PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia (Studi Analisis Wacana Pendekatan Van Dijk)” sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana S-1 dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Aswadi, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.
2. Bapak Ali Nurdin, S.Ag.,M.Si, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus dosen pembimbing yang senantiasa memberikan perhatiannya demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Seluruh dosen Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, yang telah memberi pengajaran dan atas segenap bantuan dalam bidang akademik penulis.
4. Bapak Drs.Ec.Radjiman dan Ibu Tiyas yang telah mendidik, merawat, serta motivasi dan doa beliau, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel ini.

5. Keluarga Bapak Soekarno, yang selalu mencurahkan dukungan moril dan doa bagi penulis.
6. Yoga Raditya, adik tersayangku.
7. Koko yang selalu menjadi inspirasiku.
8. Kawan-kawan KKN Sebani Club dan teman-teman seperjuangan: Sabrina, Idlo, Wahyu, Putri, Atin, Yuli, Yaya, Dwi, Shinta, dll.
9. Seluruh teman-teman Kosma *Public Relations* dan Prodi Ilmu Komunikasi serta sahabat-sahabatku tercinta yang telah memberi dukungan dan do'anya.
10. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT, amin.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Akan tetapi, besar harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

Penulis

## DAFTAR TABEL

1. Tabel. 3.1	
Elemen Wacana van Dijk.....	38
2. Tabel. 4.1	
<i>Press Release</i> Astra Honda Motor Tanggal 10 Februari 2010...	54
3. Tabel. 4.2	
<i>Press Release</i> Astra Honda Motor Tanggal 12 Februari 2010...	57
4. Tabel. 4.3	
<i>Press Release</i> Astra Honda Motor Tanggal 7 Maret 2010.....	60
5. Tabel. 4.4	
<i>Press Release</i> Astra Honda Motor Tanggal 13 April 2010.....	63
6. Tabel. 4.5	
<i>Press Release</i> Yamaha Motor Indonesia Tanggal 5 Feb. 2010..	65
7. Tabel. 4.6	
<i>Press Release</i> Yamaha Motor Indonesia Tanggal 8 Feb. 2010...	69
8. Tabel. 4.7	
<i>Press Release</i> Yamaha Motor Indonesia 27 Feburari 2010.....	72
9. Tabel. 4.8	
Perbandingan Analisis Wacana Edisi Bulan Februari 2010 tentang TOP Brand Awards.....	76
10. Tabel. 4.9	
Perbandingan Analisis Wacana <i>Press Release</i> Edisi Bulan Februari – Mei 2010.....	77



## DAFTAR BAGAN

1. Bagan 2.1	
Proses Transfer <i>Public Relations</i> .....	12
2. Bagan 2.2	
Proses Terbentuknya Citra.....	27

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1	
Press Release PT. AHM Tanggal 12 Februari 2010.....	53
2. Gambar 4.2	
Press Release PT. AHM Tanggal 10 Februari 2010.....	84
3. Gambar 4.3	
Press Release PT. AHM Tanggal 12 Februari 2010.....	85
4. Gambar 4.4	
Press Release PT. AHM Tanggal 13 April 2010.....	85