

**STRATEGI KOMUNIKASI HOSHIZORA FOUNDATION DALAM
MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MITRA
SKRIPSI**



Disusun oleh:

Pekik Biru Langit
NIM 22.96.2976

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SI-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

**STRATEGI KOMUNIKASI HOSHIZORA FOUNDATION DALAM
MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MITRA**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Pekik Biru Langit
22.96.2976

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

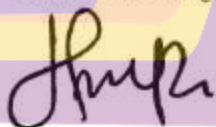
**STRATEGI KOMUNIKASI HOSHIZORA FOUNDATION DALAM
MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MITRA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Pekik Biru Langit
22.96.2976

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 29 Januari 2026

Dosen Pembimbing,



Rufki Ade Vinanda S.I.Kom. M.A.
NIK: 190302657

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI HOSHIZORA FOUNDATION DALAM
MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MITRA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Pekik Biru Langit
22.96.2976

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 20 Januari 2026

Nama Penguji

Kadek Kiki Astria, S.IKom., M.A.
NIK. 190302445

Stara Asrita, S.IKom., M.A.
NIK. 190302364

Rufki Ade Vinanda S.IKom. M.A
NIK. 190302657

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom)
(30 Januari 2026)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 22 Desember 2025



Pekik Biru Langit
NIM 22.96.2976

MOTTO

“Hidup yang tidak diperjuangkan,
Tidak pernah pantas untuk dimenangkan.”

Pekik Biru Langit – 2026

“Jalan panjang kita semoga menyenangkan,
semua menjaga dari kiri kanan,
senang mereka melihat kita senang”

Nadla Amizah – Berpayung Tuhan

“Impian ada di tengah peluh,
bagai bunga yang mekar secara perlahan,
usaha keras itu tak akan mengkhianati”

Hari Pertama – JKT48

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Riva Agusta, S.IP, MA selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Rufki Ade Vinanda S.I.Kom, M.A selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pihak Hoshizora Foundation yang telah memberikan izin dalam penelitian ini terutama kepada Mba Dwi Ambarwati selaku Human Resources, Mas Sodikin Soemantri selaku Manager Departemen Partnership, Mba Berlyan Wijaya selaku Head of Partnership Division, dan Mba Audhi Ronayunita selaku Partnership Officer yang telah membantu saya selama proses penelitian serta meluangkan waktunya untuk diwawancarai.
6. Mama dan Ayah yang telah mengobarkan 22 tahun hidupnya untuk merawat dan mendukung segala proses perkembangan diiriku hingga sampai perkuliahan dan dapat menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
7. Dan seluruh sahabat serta teman-teman saya yang tetap bersama dan mendukung saya dalam proses penulisan penelitian ini.

Yogyakarta, 22 Desember 2025



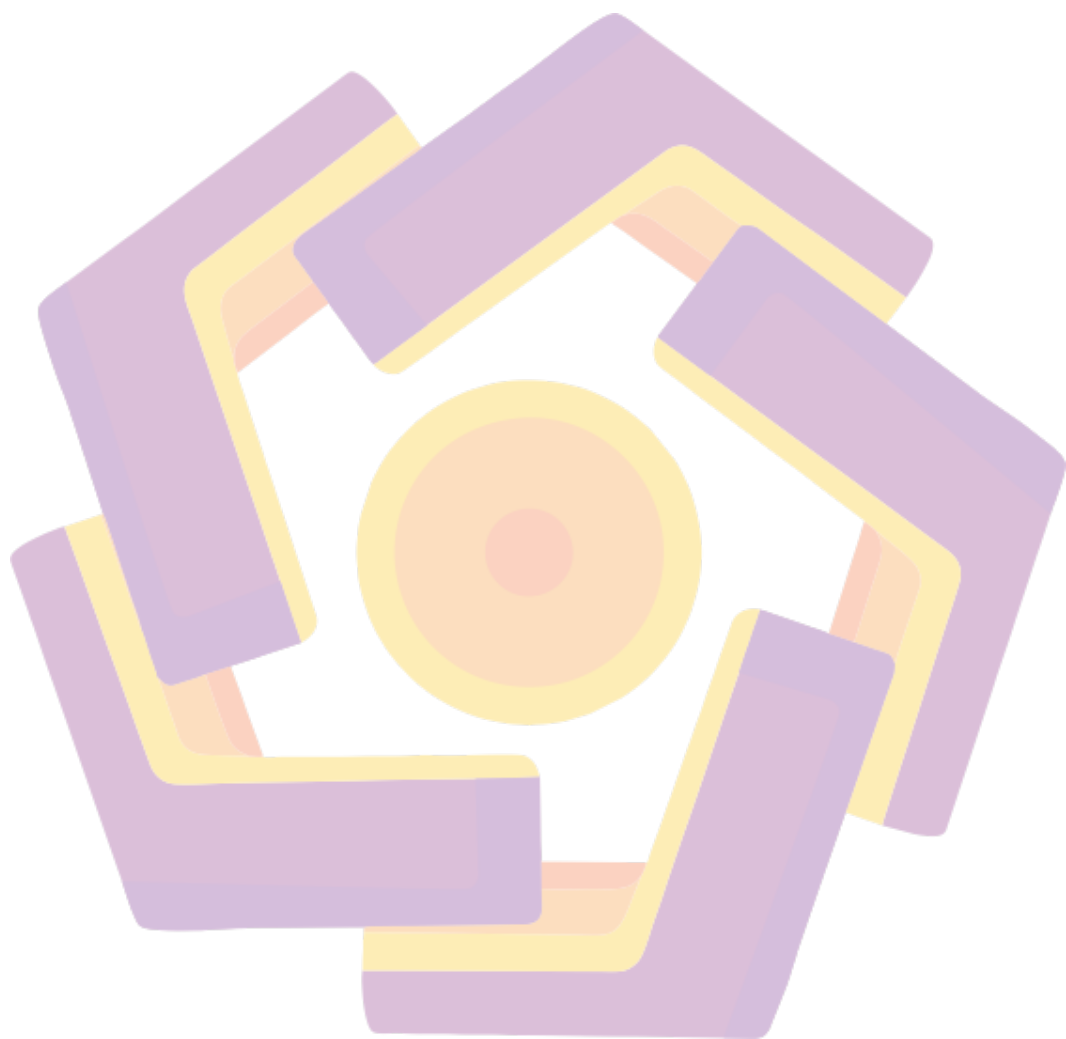
Pekik Biru Langit

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Batasan Penelitian	6
1.6 Sistematika Bab	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Konseptual	12
2.2.1 Komunikasi	12
2.2.2 Strategi Komunikasi	13
2.3 Kerangka Konsep	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1 Paradigma Penelitian	17
3.2 Pendekatan Penelitian	17
3.3 Metode Penelitian	17
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	18
3.4.1 Subjek Penelitian	18
3.4.2 Objek Penelitian	19

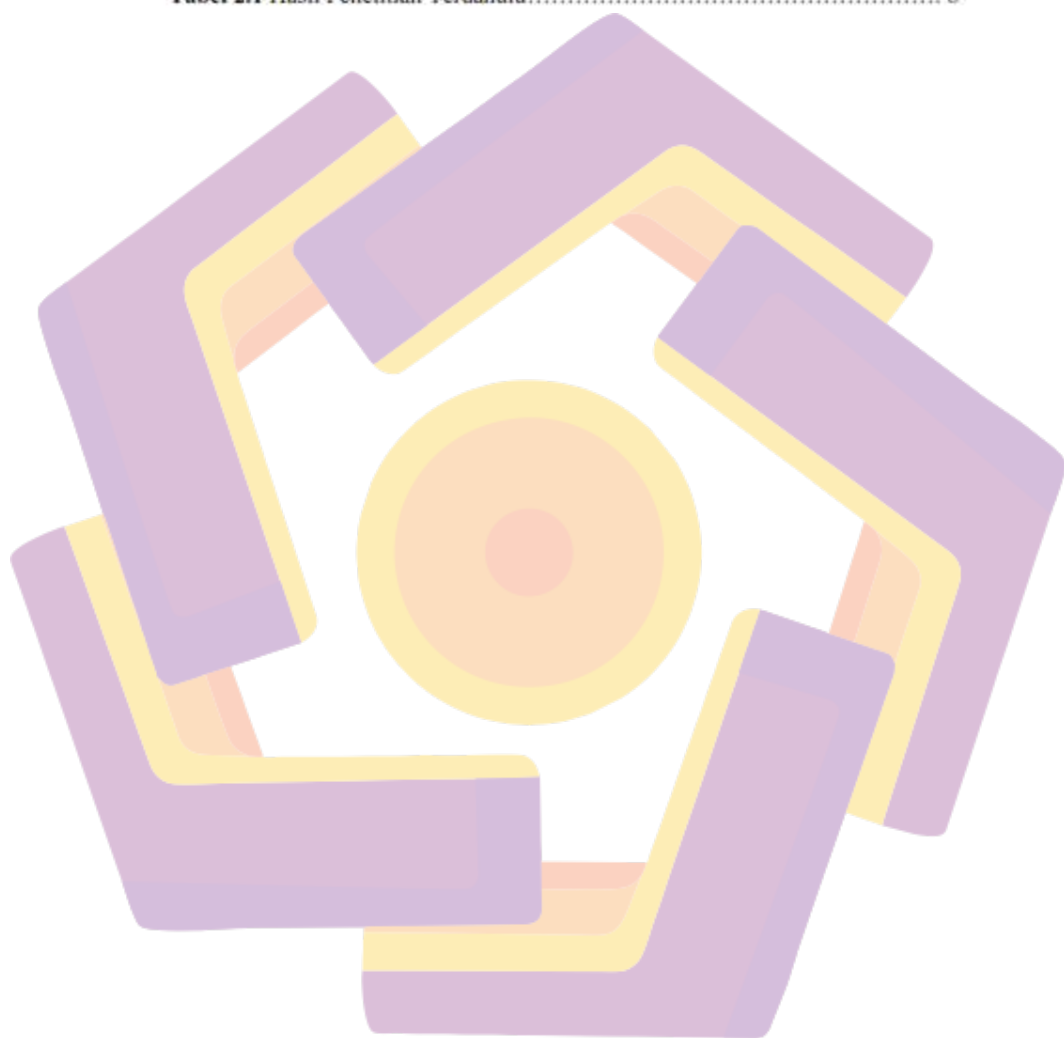
3.5 Sumber Data	19
3.5.1 Data Primer	19
3.5.2 Data Sekunder	19
3.6 Teknik Pengumpulan Data	20
3.6.1 Wawancara	20
3.6.2 Observasi	21
3.6.3 Dokumentasi	21
3.7 Teknik Analisis Data	21
3.8 Teknik Keabsahan Penelitian	23
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Deskripsi Objek	25
4.1.1 Hoshizora Foundation	25
4.1.2 Mitra-Mitra Hoshizora Foundation	27
4.2 Profil Informan	29
4.3 Temuan Penelitian	30
4.3.1 Strategi Komunikasi Hoshizora Foundation Dalam Aspek Komunikator	30
4.3.2 Strategi Komunikasi Hoshizora Foundation dari Aspek Pesan	32
4.3.3 Strategi Komunikasi Hoshizora Foundation dari Aspek Media	34
4.3.4 Strategi Komunikasi Hoshizora Foundation dari Aspek Komunikan (Mitra)	35
4.3.5 Efek Strategi Komunikasi Hoshizora Foundation	37
4.4 Pembahasan	38
4.4.1 Strategi Komunikasi yang Terstruktur secara Organisasi	39
4.4.2 Strategi Komunikasi yang Adaptif terhadap Kebutuhan Mitra	40
4.4.3 Strategi Komunikasi yang Fungsional dan Fleksibel dalam Penggunaan Media	42
4.4.4 Strategi Komunikasi yang Dinamis terhadap Karakteristik Mitra	43
4.4.5 Efek Strategi Komunikasi dalam Hubungan Hoshizora Foundation dengan Mitra	44
BAB V PENUTUP	47
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
5.2.1 Saran Akademis	47
5.2.2 Saran Praktis	48

DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	51



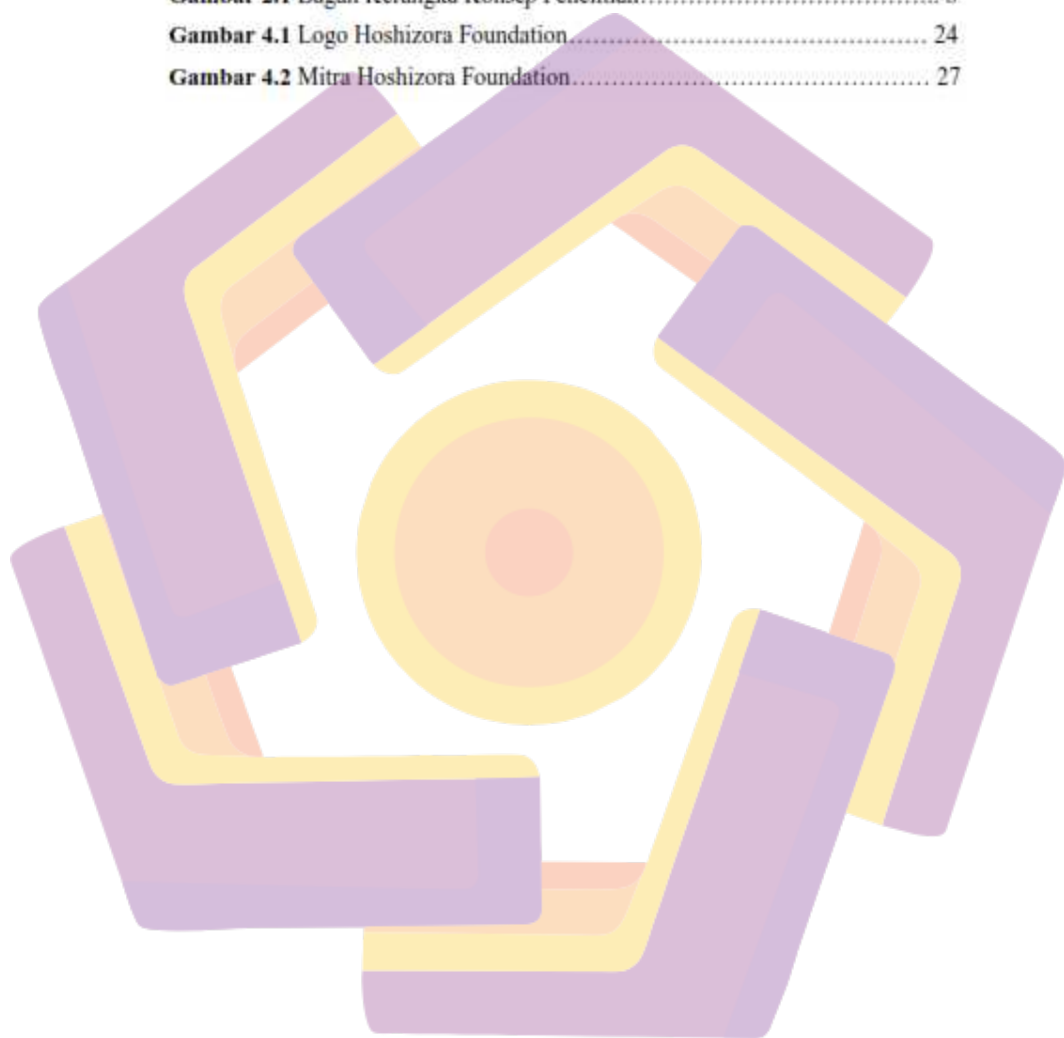
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	8
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konsep Penelitian.....	8
Gambar 4.1 Logo Hoshizora Foundation.....	24
Gambar 4.2 Mitra Hoshizora Foundation.....	27



ABSTRAK

Hoshizora Foundation merupakan organisasi *non-government organization* (NGO) yang menjalin kerja sama dengan berbagai mitra melalui program sosial di bidang pendidikan. Dalam konteks tersebut, strategi komunikasi menjadi elemen penting dalam mengelola kemitraan serta menjaga keberlanjutan kerja sama. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Hoshizora Foundation dalam menjalin hubungan dengan mitra. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus untuk memahami proses komunikasi yang berlangsung dalam praktik kemitraan organisasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi guna menggambarkan strategi komunikasi yang diterapkan secara organisasi. Landasan konseptual penelitian berfokus pada teori strategi komunikasi dalam konteks komunikasi organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hoshizora Foundation menerapkan strategi komunikasi yang terstruktur dan adaptif melalui pembagian peran komunikator lintas divisi, penyusunan pesan berbasis nilai organisasi, serta penyesuaian intensitas dan media komunikasi sesuai dengan karakteristik mitra. Strategi tersebut memungkinkan terciptanya kesamaan pemahaman, kejelasan tujuan kerja sama, serta pemeliharaan hubungan kemitraan dalam jangka panjang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi NGO dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk mengelola kemitraan secara berkelanjutan.

Kata kunci: strategi komunikasi, *non-government organization*, hubungan kolaboratif, mitra korporasi, Hoshizora Foundation

ABSTRACT

Hoshizora Foundation is a non-government organization (NGO) that collaborates with various partners through social programs in the field of education. In this context, communication strategy plays a crucial role in managing partnerships and ensuring the sustainability of cooperation. This study aims to analyze the communication strategies implemented by Hoshizora Foundation in building and maintaining relationships with partners. Adopting a constructivist paradigm and a qualitative approach, this research employs a case study method to explore communication processes within the organization's partnership practices. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation to examine how communication strategies are designed and implemented at the organizational level. The conceptual framework of this study is grounded in communication strategy theory within the context of organizational communication. The findings indicate that Hoshizora Foundation applies structured and adaptive communication strategies through cross-divisional involvement as communicators, value-based message construction, and flexible use of communication media adjusted to partners' characteristics and stages of cooperation. These strategies contribute to shared understanding, clarity of partnership objectives, and the maintenance of long-term partnerships. This study is expected to provide both academic and practical contributions for NGOs in designing effective communication strategies to manage partnerships sustainably.

Keywords: communication strategy, non-governmental organization, collaborative relationships, corporate partners, Hoshizora Foundation.