



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

**STELLA SABRINA (44210110157)**

**Peranan Departemen PR TVONE Dalam  
Membangun Hubungan Publik Internal**

**(i-xi) halaman + 83 halaman : 7 Gambar + 3 Lampiran : Daftar Pustaka : 18 Acuan (1981-2007)**

**ABSTRAK**

PR tvOne memiliki tanggung jawab yang begitu besar untuk memfasilitasi dan sebagai mediator untuk menjaga hubungan internal dalam perusahaan berjalan dengan baik dan membangun citra positif untuk publik internal. PR harus mampu membimbing sebuah program yang telah direncanakan dan mempertahankannya sebagai bagian dari manajemen, yang mana program-program tersebut berkaitan dengan hubungan antara publik internal maupun publik eksternal, monitor kesadaran, opini, sikap dan perilaku di dalam dan luar organisasi serta menganalisis dampak kebijakan perusahaan. PR juga harus mampu memberikan masukan manajemen pada pembuatan kebijakan yang hendaknya saling menguntungkan kedua belah pihak, baik pihak internal maupun eksternal. Bila telah terjalin hubungan baik diantara keduanya berjalan dengan baik terutama hubungan internal perusahaan terjalin dengan baik, maka untuk membangun hubungan baik dengan eksternal pun akan menjadi lebih mudah.

Adapun permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana kegiatan PR tvOne dalam membangun hubungan public internal yaitu karyawan.

konsep yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah mengacu kepada pembahasan tentang peranan public relation dalam membangun hubungan internal dalam perusahaan yang menekankan apa saja peran humas dan program-program yang telah dilakukan oleh divisi humas di tvOne dalam membangun hubungan internal dalam perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus sendiri seperti suatu penelitian yang memusatkan diri secara intensif terhadap suatu objek, dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Dari hasil penelitian, aktivitas PR tvOne yaitu membuat *newsletter*, *prescon* untuk kegiatan eksternal, *Media Internal*, dokumentasi, kliping, melakukan dan membuat acara untuk membangun hubungan internal karyawan seperti yang sudah dijelaskan seperti Raker dan CEO 3 in 1.

Berdasarkan penelitian, peneliti menyarankan agar PR tvOne menciptakan program yang lebih variatif untuk membangun hubungan publik internal, hal ini untuk meningkatkan rasa *sense of belonging* publik internal terhadap perusahaan.