



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS PT. MEDIA TELEVISI  
INDONESIA (METRO TV) DALAM MEMPERTAHANKAN  
CITRA PERUSAHAAN MELALUI CORPORATE IDENTITY  
(Studi Kasus: Pembentukan Citra Melalui Logo Metro TV)**

**SKRIPSI**

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH:

**RACHMA ANNISA**

**44209010078**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**



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

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Rachma Annisa  
NIM : 44209010078  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : **Manajemen Public Relations PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Corporate Identity (Studi Kasus: Pembentukan Citra Melalui Logo Metro TV)**

Jakarta, 22 Juli 2013

UNIVERSITAS  
Mengetahui,  
MERCU BUANA  
Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE, MM)



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

**LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Rachma Annisa  
NIM : 44209010078  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : **Manajemen Public Relations PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Corporate Identity (Studi Kasus: Pembentukan Citra Melalui Logo Metro TV)**

Jakarta, 22 Juli 2013

Pembimbing

  
UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
(Suryaning Hayati, SE, MM)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Suryaning Hayati, SE, MM)



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

**LEMBAR PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Rachma Annisa  
NIM : 44209010078  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : **Manajemen Public Relations PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Corporate Identity (Studi Kasus: Pembentukan Citra Melalui Logo Metro TV)**

Jakarta, 22 Juli 2013

Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
(S.M Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

2. Penguji Ahli  
(Irmulan Sati T, SH, M.Si)

3. Pembimbing  
(Suryaning Hayati, SE, MM)






## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Rachma Annisa  
NIM : 44209010078  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : **Manajemen Public Relations PT. Media Televisi Indonesia (METRO TV) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Corporate Identity (Studi Kasus: Pembentukan Citra Melalui Logo Metro TV)**

Jakarta, 22 Juli 2013

Mengetahui,

- UNIVERSITAS  
MERCU BUANA
1. Ketua Sidang  (.....)  
(S.M Niken Restaty, S.Sos, M.Si)
  2. Penguji Ahli  (.....)  
(Irmulan Sati T, SH, M.Si)
  3. Pembimbing  (.....)  
(Suryaning Hayati, SE, MM)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat, dan karunianya, sehingga peneliti dapat melewati segala hambatan dan rintangan di dalam menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini berjudul **“Manajemen Public Relations PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV) Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Corporate Identity (Studi Kasus: Pembentukan Citra Melalui Logo Metro TV)”**, ditulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata satu (S1) Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan berupa dukungan, sumbangan pikiran, dan bimbingan yang sangat besar. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus sebagai pembimbing peneliti yang dalam penulisan skripsi ini dengan sabar telah mengarahkan, membimbing, memberikan ilmu selama proses penelitian skripsi ini sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Novi Erlita, S.Sos, MA selaku Sekertaris Program Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Drs. A. Rahman HI, MM, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Juwono Tri Atmodjo, M.Si yang telah banyak membantu, dan mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu peneliti hingga skripsi ini selesai.
7. Seluruh staff *PR & Publicity Department* Metro TV, Ibu Henny Puspitasari selaku *PR & Publicity Manager*, Ibu Kanis selaku PR Eksternal, Ibu Dewi selaku PR Internal, dan Ibu Gita selaku PR *Admin* yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan riset di Metro TV.
8. Kedua Orang Tua ku tercinta Ibu Ernawati dan Bapak Eriantono (Almarhum) dan kedua kakakku tersayang Mas Fahmi, dan Mas Ade, serta kakak iparku dan keponakanku tersayang Kak Reyna dan Ade Michella yang telah memberikan doa dan dorongan.
9. Teman-teman seperjuangan Ady Perdana, Amanda Damayanti, Anggi Fianni, Hairul Arifin, Lusiana Hakim, Putri Saparningtyas, Reni Septiani, Ria

Nurhayati, Suparman, Wulan Puspitasari, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan dorongan.

10. Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menuntut ilmu *Public Relations*.

11. Semua pihak terkait yang tidak mungkin peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata, peneliti mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan atau kesalahan. Atas saran dan kritik yang membangun, peneliti sampaikan terima kasih.



Jakarta, 22 Juli 2013

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Rachma Annisa



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I        PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	12
1.3    Tujuan Penelitian.....	12
1.4    Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1    Manfaat Akademis.....	12
1.4.2    Manfaat Praktis.....	13
<b>BAB II        TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Komunikasi Dalam Perspektif <i>Public Relations</i> .....	14
2.2 <i>Public Relations</i> .....	16
2.2.1    Pengertian <i>Public Relations</i> .....	16
2.2.2    Khalayak <i>Public Relations</i> .....	18
2.2.3    Fungsi <i>Public Relations</i> .....	20
2.2.4    Tujuan <i>Public Relations</i> .....	23
2.2.5    Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	24

2.2.6	Sasaran Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	26
2.2.7	Peranan <i>Public Relations</i> .....	27
2.2.8	Metode, Alat, dan Taktik PR.....	29
2.3	Manajemen <i>Public Relations</i> .....	30
2.4	Identitas Perusahaan ( <i>Corporate Identity</i> ).....	41
2.4.1	Logo.....	43
2.5	Citra.....	45
2.5.1	Pengertian Citra.....	45
2.5.2	Jenis-Jenis Citra.....	47
2.5.3	Mengkomunikasikan Citra Lewat Media.....	50
2.5.4	Peran Citra Bagi Perusahaan.....	51
2.5.5	Manfaat Citra Bagi Perusahaan.....	52
2.5.6	Proses Pembentukan Citra.....	53
2.6	Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ).....	54

### **BAB III      METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Tipe Penelitian.....	57
3.2	Metode Penelitian.....	58
3.3	Nara Sumber.....	60
3.4	Definisi Konsep.....	60
3.5	Fokus Penelitian.....	62
3.5.1	Citra Perusahaan ( <i>Corporate Image</i> ).....	66
3.5.2	Identitas Perusahaan ( <i>Corporate Identity</i> ).....	66
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.6.1	Data Primer.....	67
3.6.2	Data Sekunder.....	67
3.7	Teknik Analisa Data.....	67

3.8	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	68
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	70
4.1.1	Sejarah Metro TV.....	70
4.1.2	Visi dan Misi Metro TV.....	72
4.1.3	Logo dan Arti Metro TV.....	73
4.1.4	Target Audience Metro TV.....	76
4.1.5	Biro-Biro Metro TV.....	77
4.1.6	Kategori atau Pembagian Program Metro TV.....	78
4.1.7	Struktur Organisasi Metro TV.....	79
4.1.8	Struktur Organisasi <i>PR &amp; Publicity Department</i> Metro TV.....	80
4.2	Hasil Penelitian.....	85
4.2.1	Mendefinisikan Masalah ( <i>Define PR Problem</i> ).....	87
4.2.2	Perencanaan Dan Program ( <i>Planning And Program</i> ).....	92
4.2.3	Melakukan Aksi Dan Komunikasi ( <i>Action And Communication</i> ).....	97
4.2.3.1	Melakukan Aksi ( <i>Action</i> ).....	97
4.2.3.2	Melakukan Komunikasi ( <i>Communication</i> ).....	99
4.2.3.2.1	Pesan atau Informasi Yang Disampaikan.....	99
4.2.3.2.2	Menentukan Media.....	100
4.2.3.2.3	Khalayak Sasaran.....	100
4.2.3.2.4	Efek Komunikasi.....	101
4.2.4	Evaluasi Program ( <i>Program Evaluation</i> ).....	108
4.3	Pembahasan.....	113
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1	Kesimpulan.....	120
5.2	Saran.....	121

5.2.1	Saran Akademis.....	122
5.2.2	Saran Praktis.....	122

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**CURRICULUM VITAE**



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Foto Copy Surat Permohonan Penelitian Dari Kampus
- Lampiran 2 Foto Copy Surat Permohonan Wawancara
- Lampiran 3 Foto Copy Surat Keterangan Selesai Penelitian Dari Perusahaan
- Lampiran 4 Dokumentasi Kegiatan Wawancara Di Metro TV
- Lampiran 5 Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara
- Lampiran 7 Logo Metro TV. News.Com
- Lampiran 8 Bentuk-Bentuk Logo Metro TV TV
- Lampiran 9 Arti Warna Pada Logo Perusahaan Metro TV
- Lampiran 10 Contoh Kegiatan Acara *OFF AIR* Metro TV
- Lampiran 11 Contoh Kegiatan Acara *ON AIR* Metro TV
- Lampiran 12 Kliping Mengenai Acara *OFF AIR* Metro TV
- Lampiran 13 Kliping Mengenai Acara *ON AIR* Metro TV
- Lampiran 14 Susunan Direksi Metro TV
- Lampiran 15 Struktur Organisasi Redaksi Metro TV

MERCU BUANA