



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

**RACHMA ANNISA (44209010078)
MANAJEMEN PUBLIC RELATIONS PT. MEDIA TELEVISI INDONESIA
(METRO TV) DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN
MELALUI CORPORATE IDENTITY (Studi Kasus: Pembentukan Citra Melalui
Logo Metro TV)**

V BAB + 122 halaman + 15 Lampiran

Bibliografi: 26 Buku (1981-2011)

ABSTRAKSI

Setiap organisasi atau perusahaan pasti memiliki identitas perusahaan (*corporate identity*) untuk menunjukkan definisi dan identifikasi karakter atau personalitas organisasi. Dengan demikian, *corporate identity* mempunyai power untuk membantu menentukan *positioning* organisasi terhadap pesaingnya dan pasar secara umum. *Corporate identity* itu merupakan alat, sedangkan citra merupakan tujuannya. Jadi, salah satu komponen dalam citra yaitu melalui *corporate identity*.

Tujuan yang hendak dicapai peneliti yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan manajemen *public relations* dalam mempertahankan citra perusahaan melalui *corporate identity* (studi kasus: pembentukan citra melalui logo Metro TV). Teori yang digunakan oleh peneliti mengacu pada konsep proses manajemen *public relations* yang di kemukakan oleh Scoot M. Cutlip, M Allen H. Center dan Glen M. Brown dari mendefinisikan masalah (*define pr problem*), perencanaan dan program (*planning and program*), aksi dan komunikasi (*action and communication*), dan diakhiri dengan evaluasi program (*program evaluation*).

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan metode kualitatif (*studi kasus*) dan teknik analisa data triangulasi. Data yang digunakan adalah data primer dari hasil wawancara dengan nara sumber dan data sekunder di dapat melalui dokumen-dokumen yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mempertahankan citra perusahaan melalui *corporate identity*, Metro TV telah membedakan logo perusahaannya yang ada didunia *social media* (*website, facebook, twitter*) dan membuat Metro TV News.Com sebagai Metro TV online yang targetnya anak muda yang berusia sekitar 16 tahun – 30 tahun, dan logonya pun disesuaikan dengan anak muda bahwa dinamis dengan warna orange.