UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

Rahayu Noviana Rahajeng 44211110004
Peran Public Relations tvOne pada program Corporate Social Responsibility dalam Rangka Membangun Citra Perusahaan
Jumlah halaman : (i-viii) + 91 halaman : 8 Gambar + 15 Lampiran
Daftar Pustaka : 18 Acuan, Tahun 2000 – 2012

ABSTRAKSI

tvOne menyadari pentingnya program CSR demi tercapainya kredibilitas dari publik yang akhirnya berujung pada pencitraan positif kepada tvOne. Di awali bencana Situ Gintung tahun 2009, tvOne membentuk program CSR yang dinamakan tvOne Satu Untuk Negeri. Alasan peneliti memilih tvOne sebagai objek penelitian dikarenakan pada program CSR, tvOne menggunakan dana publik, sedangkan pada teorinya dana dari program CSR itu berasal dari perusahaan itu sendiri. Melalui program ini diharapkan dapat membangun citra positif di mata publik tvOne. Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana peran Public Relations tvOne pada program *Corporate Social Responsibility* dalam rangka membangun citra perusahaan.

Konsep yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah mengacu kepada pembahasan tentang peranan Public Relation dalam program *recovery* pasca gempa di Sumatera Barat tahun 2012. Teori peran PR yang digunakan peneliti mengacu pada teori Cutlip, Center dan Broom yakni Teknisi Komunikasi, *Expert Prescriber*, Fasilitator Komunikasi, dan Fasilitator Pemecah Masalah.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, dan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Dalam penelitian ini, peneliti memilih teknik keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber untuk mengungkapkan permasalah. Peneliti memilih tujuh orang informan sebagai sumber informasi dan untuk menemukan jawaban atas penelitian ini.

Dari hasil penelitian, peran PR tvOne masuk ke dalam empat peran Public Relations yakni Teknisi Komunikasi, *Expert Prescriber*, Fasilitator Komunikasi, dan Fasilitator Pemecah Masalah. Peran Public Relations yang paling dominan yakni Teknisi Komunikasi. Peran tersebut dilakukan oleh staf Public Relations tvOne dari proses tanggap darurat hingga pelaksanaan peresmian bangunan recovery pasca gempa di Sumbar. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar tvOne dapat membuat program CSR tvOne yang kepengurusannya langsung di bawah Public Relations tvOne dan dananya-pun berasal dari perusahaan. Selain itu program CSR dapat dikembangkan pada program CSR yang lainnya seperti kemanusiaan, kesejahteraan, dan lain sebagainya.

http://digilib.mercubuana.ac.id/