

ABSTRAKSI

**FARIDA SETIYANI (44210120011)
PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM PROGRAM LIPUTAN 6
AWARDS 2013 SCTV**

i-x + 107 Halaman + 10 Gambar + 2 Tabel + 10 Lampiran

SCTV sebagai salah satu stasiun televisi terkemuka di Indonesia memiliki program Liputan 6 Awards sebagai program penghargaan bagi masyarakat yang menjadi pionir bagi stasiun televisi lainnya di Indonesia. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada peranan yang dijalankan oleh *Public Relations* dirasakan masih belum maksimal, hal ini berdampak pada perolehan *rating* dan *share* yang rendah (berdasarkan survey mingguan AC Nielsen) dibandingkan dengan program penghargaan serupa lainnya di SCTV yaitu SCTV Music Awards 2013. Peran *Public Relations* dalam program ini untuk meningkatkan jumlah penonton guna meningkatkan perolehan *share* yang dapat berpengaruh pada profit perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh peran *Public Relations* dalam Program Liputan 6 Awards 2013 yaitu sebuah program yang memberikan penghargaan kepada orang-orang biasa yang memiliki karya luar biasa serta mampu menginspirasi orang lain.

Tinjauan pustaka mengacu pada pengertian-pengertian dari komunikasi secara umum dan *public relations* secara khusus dengan mengutamakan peran teknis dan peran manajerial yang dijalankan oleh seorang *public relations* sebagaimana dijelaskan menurut teori Scott M. Cutlip dan Allen H. Center.

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yaitu dengan memaparkan hasil observasi yang merupakan studi lapangan juga hasil wawancara dengan pihak terkait, serta pengumpulan data melalui studi kepustakaan. Jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus.

Dalam penelitian ini didapatkan beberapa faktor penyebab rendahnya angka perolehan *share* program, diantaranya adalah jumlah publikasi yang kurang maksimal dan faktor lain yaitu para kandidat-kandidat dalam program ini bukan berasal dari kalangan artis maupun selebritis seperti pada program penghargaan SCTV Music Awards 2013. Menjadi tantangan bagi *Public Relations* untuk membuat masyarakat lebih mengenal dan paham mengenai masing-masing kandidat dalam program. Peranan *Public Relations* dalam program ini lebih mengarah kepada fungsi staf yaitu peranan sebagai fasilitator komunikator dan teknisi komunikasi.