



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* NET TV  
DALAM MEMBANGUN REPUTASI INDUSTRI MEDIA**

**TESIS**

UNIVERSITAS

**Nama : Chandra Kartikasari**

**Nim : 55211120110**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2016**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**STRATEGI AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* NET TV  
DALAM MEMBANGUN REPUTASI INDUSTRI MEDIA**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana  
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**Nama : Chandra Kartikasari**

**Nim : 55211120110**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

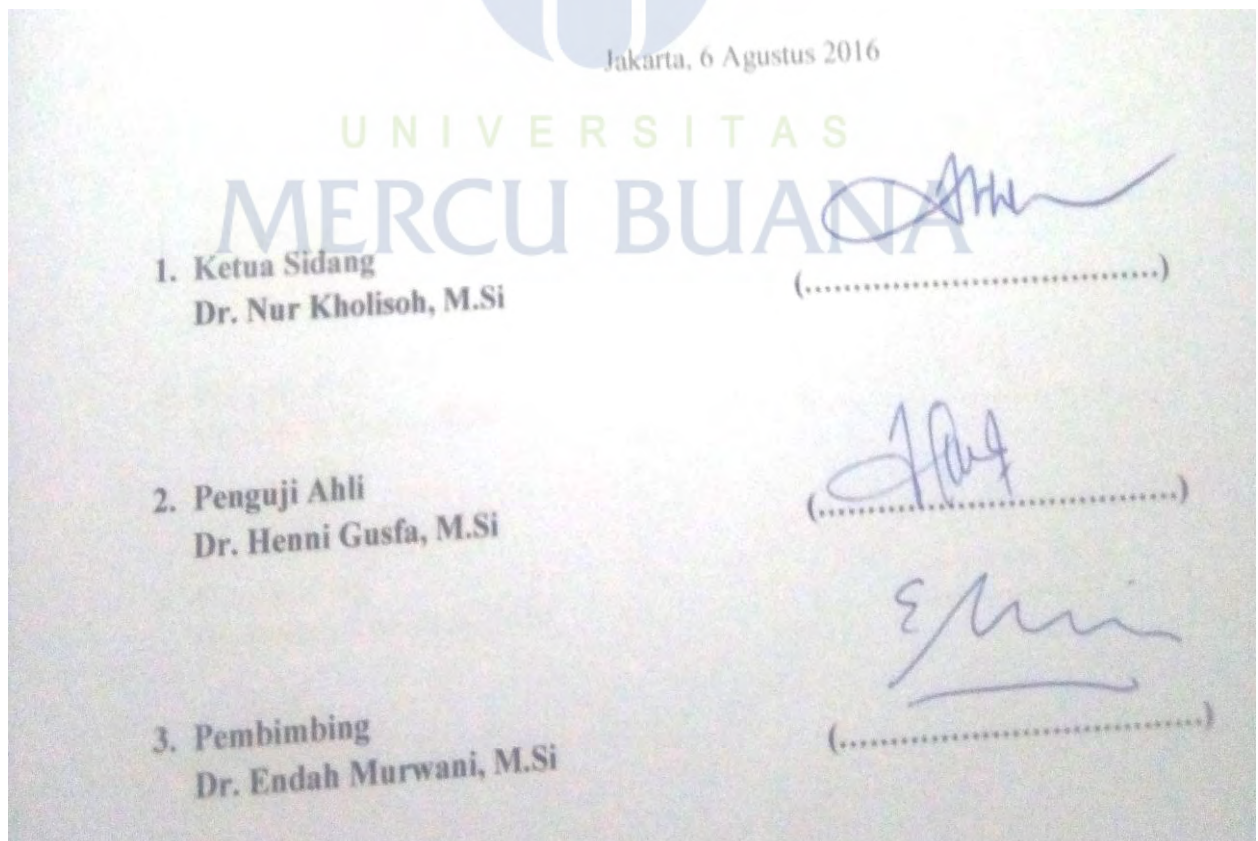
**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**2016**

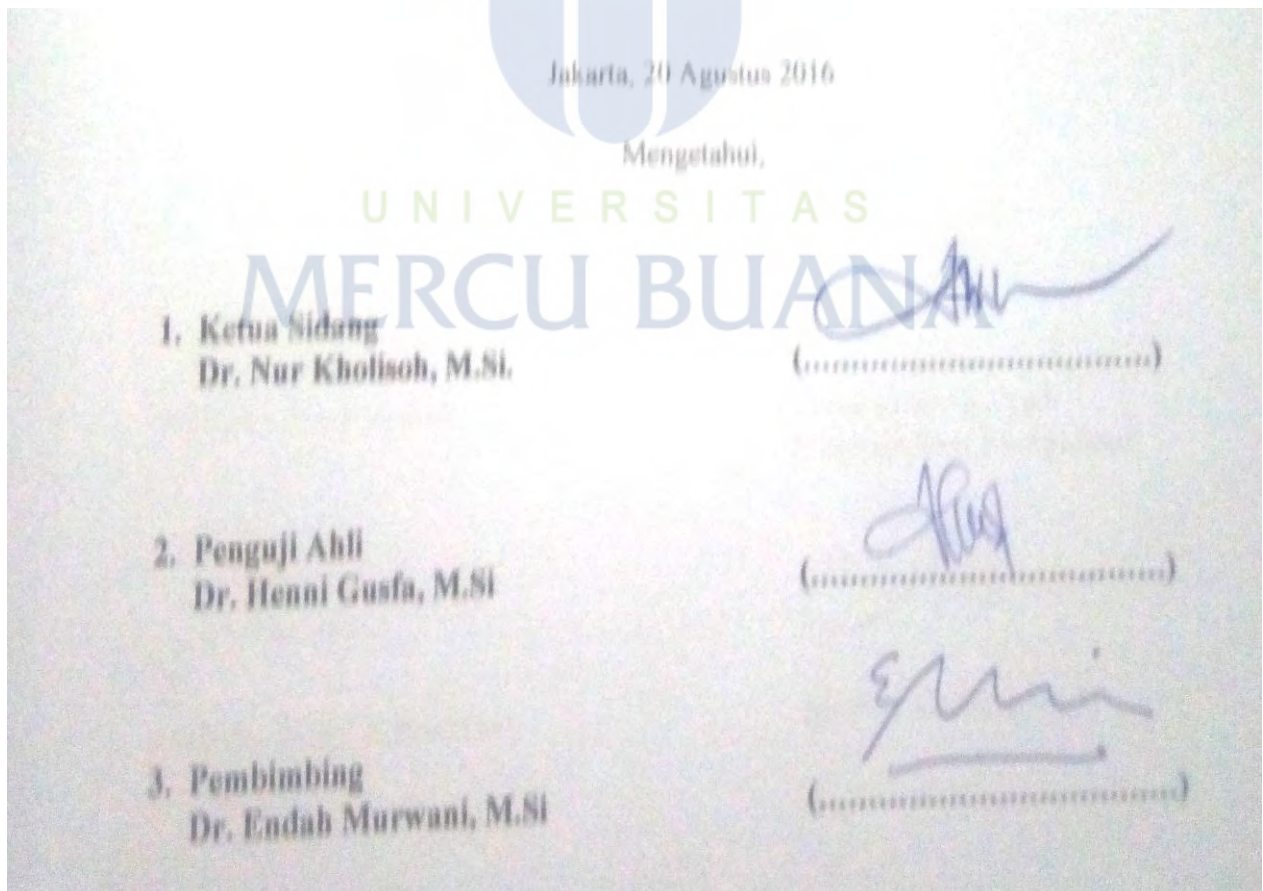
**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

1. Judul : Strategi Aktivitas *Public Relations* NET TV dalam Membangun Reputasi Industri Media
2. Nama : Chandra Kartikasari
3. NIM : 55211120110
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 6 Agustus 2016



### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

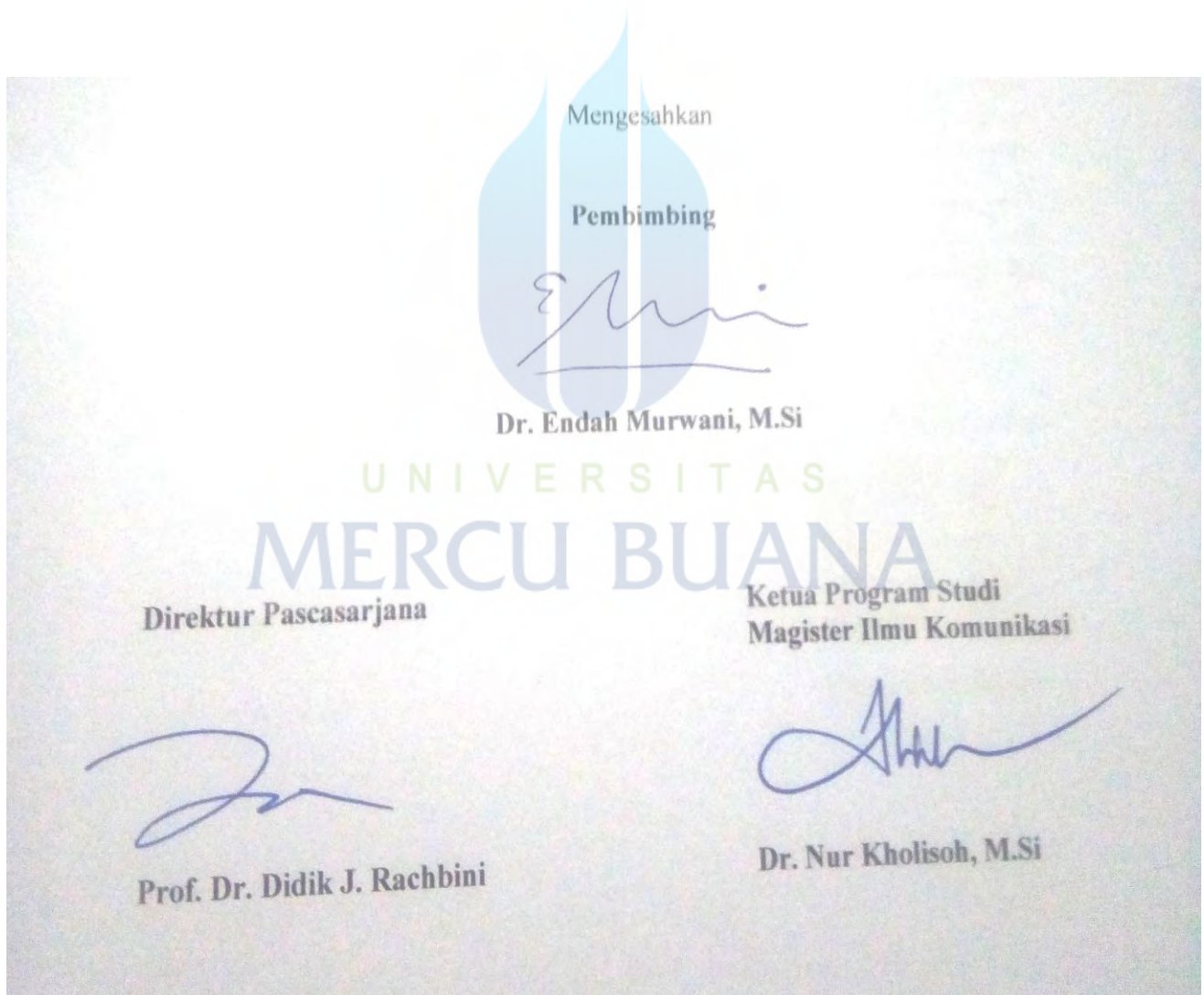
1. Judul : Strategi Aktivitas *Public Relations* NET TV dalam Membangun Reputasi Industri Media
2. Nama : Chandra Kartikasari
3. NIM : 55211120110
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 6 Agustus 2016





## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Aktivitas *Public Relations* NET TV dalam Membangun Reputasi Industri Media  
Bentuk Tesis : Penelitian  
Nama : Chandra Kartikasari  
NIM : 55211120110  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 6 Agustus 2016



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

1. Judul : Strategi Aktivitas *Public Relations* NET TV dalam Membangun Reputasi Industri Media
2. Bentuk Tesis : Penelitian
3. Nama : Chandra Kartikasari
4. NIM : 55211120110
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Tanggal : 6 Agustus 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Strategi Aktivitas *Public Relations* NET TV dalam Membangun Reputasi Industri Media.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pasca sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang strategi aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* NET TV dalam membangun reputasi perusahaan yang bergerak di industri media.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Endah Murwani, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku penguji pada Seminar Proposal, Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku penguji pada Ujian Tesis, Prof. Dr. Didik.J. Rachbini Direktur Program Pasca sarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa penulis berterima kasih kepada Ketua Program Studi Dr. Nur Kholisoh, M.Si. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, suami, kakak dan adik yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dan manfaat bagi Ilmu Komunikasi dan pihak-pihak yang berkenan membacanya.

Penulis





## DAFTAR ISI

ABSTRACT .....	i
ABSTRAK .....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
PERNYATAAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.2 Strategi Komunikasi	
2.1.2.1 Definisi Strategi Komunikasi .....	19
2.1.2.2 Strategi Public Relations .....	24
2.1.3 Public Relations	
2.1.3.1 Peran dan Fungsi Public Relations dalam Perusahaan ...	36
2.1.3.2 Tujuan Public Relations dalam Perusahaan .....	36
2.1.4 Reputasi	
2.1.4.1 Pengertian Reputasi .....	44
2.1.4.2 Reputasi Perusahaan .....	36
2.2 Kerangka Pemikiran .....	51
<b>BAB III METODOLOGI</b>	
3.1 Objek Penelitian .....	53
3.2 Paradigma Penelitian .....	53
3.3 Metode Penelitian .....	55
3.4 Narasumber .....	56
3.5 Teknik Pengumpulan Data	
3.5.1 Data Primer .....	57
3.5.2 Data Sekunder .....	57
3.6 Teknik Analisa Data .....	58

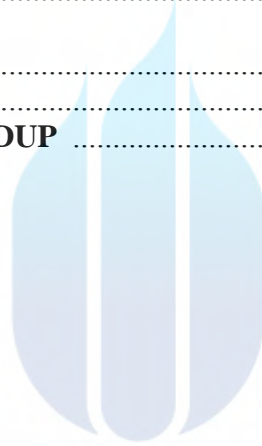
## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Objek Penelitian	
4.1.1	Profil NET TV .....	61
4.1.2	Struktur Organisasi Public Relations NET Televisi.....	63
4.2	Hasil Penelitian	
4.2.1	Penelitian Formatif .....	64
4.2.2	Strategi.....	72
4.2.3	Taktik.....	80
4.2.4	Evaluasi .....	85
4.3	Pembahasan .....	87

## **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran.....	106

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	..xiii
<b>LAMPIRAN</b> .....	..xvi
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	..xvii



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA