

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Muhammad Surya Syahputra
44215120163

Strategi *Public Relations* Dalam Mengelola dan Meningkatkan Citra Televisi Muhammadiyah
Bibliografi : 5 Bab 90 hal + lampiran + 17 Buku + 2 Internet

ABSTRAK

Dalam mengkomunikasikan suatu informasi, Perusahaan Televisi memerlukan *Public Relations* untuk bisa memberikan informasi yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat untuk itu perlu adanya beberapa kegiatan *Public Relations* dalam mengkomunikasikan suatu informasi yang berkaitan dengan kegiatan dan program perusahaan. Semakin banyak media televisi di Indonesia membuat TvMu yang baru berdiri selama 5 tahun dituntut untuk memajukan organisasi mereka untuk menarik minat penonton, dengan mengelola dan meningkatkan citra nya di mata masyarakat dan agar eksistensi TvMu dalam dunia pertelevisan semakin bertambah. Adapun setelah penelitian ini dilaksanakan adalah untuk mengetahui Strategi yang telah dilakukan *Public Relations* TvMu dalam meningkatkan dan mengelola citra televisi muhammadiyah

Pengertian *Public Relation* Menurut Frank Jefkins adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara satu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Menurut Kotler bahwa Citra adalah Persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya, Citra dipengaruhi oleh banyak faktor di luar kontrol perusahaan.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode studi kasus terhadap suatu kondisi tertentu yang ada di perusahaan. Data yang digunakan adalah data primer dari hasil wawancara kepada nara sumber dan data sekundernya didapat dari foto dan data yang sudah terdokumentasi yaitu thema/isi kegiatan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menyimpulkan bahwa Aktivitas *Public Relations* Televisi Muhammadiyah dalam mengelola dan meningkatkan citra perusahaan sebagai lembaga penyiaran swasta sudah cukup baik, aktivitas yang telah dilakukan *Public Relations* Televisi Muhammadiyah yaitu dengan menggunakan strategi *PENCILS*, Publikasi, Event, News, Community involvement, Identity media, lobbying activity, Corporate Social Responsibility. Selain itu Televisi Muhammadiyah selalu menonjolkan perbedaan tayangan nya melalui tayangan kajian yang dikemas secara modern dan terbaru. Dukungan Teknis juga dilakukan yaitu Televisi Muhammadiyah dapat di saksikan di berbagai platform televisi digital, hal tersebut dapat terlihat perkembangan yang dilakukan Televisi Muhammadiyah untuk memudahkan publik dalam mengaksesnya

ABSTRACT

In communicating an information, Television Companies need Public Relations to be able to provide information that can be well received by the community for that there needs to be some Public Relations activities in communicating information related to company activities and programs. More and more television media in Indonesia makes TvMu which has only been established for 5 years required to advance their organization. As it is known now that there has been a proliferation of television sets - Other private televisions that have many excellent new programs, make TvMu must attract the interest of the audience by managing and enhancing its image in the eyes of the public and so that the existence of TvMu in the television world is increasing Definition of Public Relations According to Frank Jefkins are all forms of planned communication, both in and out, between one organization and all audiences in order to achieve specific goals based on mutual understanding. According to Kotler that the image is a public perception of the company or its products, the image is influenced by many factors outside the company's control. This research uses descriptive qualitative research type. The research method used is to use a case study method on certain conditions that exist in the company. The data used are primary data from the results of interviews with resource persons and secondary data obtained from documented photographs and data, namely the theme / contents of the activity. From the results of the research conducted, it was concluded that the Public Relations Activities of Muhammadiyah Television in managing and improving the image of the company as a private broadcasting institution had been quite good and effective so far, it was shown from the results of research that Muhammadiyah Television Public Relations namely Muhammadiyah Television always highlighting the differences in their impressions through the latest and most recent study shows. Technical support is also being carried out, namely Muhammadiyah Television can be watched on various digital television platforms, it can be seen the developments made by Muhammadiyah Television to facilitate the public in accessing it.

Keywords: *Public Relation, Company Image, Television, Broadcasting, Communication.*