



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ressa Ramadanty
44215120080

Pengelolaan Program Public Relations PT. Media Televisi Indonesia Dalam Menjalinkan Hubungan Baik Dengan Stakeholder Eksternal (Studi Kasus Pada Program Kunjungan Belajar Periode Januari 2019 – Desember 2019)

Jumlah halaman : 5 Bab 93 hal + 7 Lampiran

Bibliografi : 24 Buku + 6 Jurnal + 3 Sumber Online

ABSTRAK

Public Relations menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non-komersial, begitupula didalamnya dengan pengelolaan program *public relations* salah satunya kegiatan kunjungan industri yang terdiri dari kunjungan belajar dan kunjungan korporasi. Pemberitaan mengenai stasiun televisi berita pertama di Indonesia dengan adanya keberpihakan stasiun televisi dan berita yang ditampilkan mengarah ke unsur politik dapat disalah artikan oleh publik sebagai suatu kontroversi yang belum tentu kebenarannya, bisa itu berupa hal positif atau negatif.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pengelolaan program *public relations* oleh Wilcox dan Cameron yakni ada 6 tahapan yaitu step pertama *research and analysis*, step ke-dua *policy formulation*, step ke-tiga *programming*, step ke-empat *communication*, step ke-lima *feedback*, and step ke-enam *assessment*.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Paradigma penelitian ini adalah konstruktivis dengan metode studi kasus. Dimana data yang diperoleh melalui wawancara mendalam pada karyawan dan stakeholder eksternal serta melakukan observasi.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Pengelolaan program *public relations* Metro TV yang dilakukan adalah sebagai upaya menjalin hubungan baik dengan cara membuat program kunjungan belajar yang difokuskan kepada anak pelajar sekolah menengah keatas dan mahasiswa untuk menghasilkan hubungan interpersonal yang kokoh, dan menjalin komunikasi yang baik melalui penyediaan akses informasi yang baik.

Kata Kunci: Pengelolaan Program *Public Relations*, PT. Media Televisi Indonesia, Kunjungan Industri



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Ressa Ramadanty
44215120080

Public Relations Management Program PT. Media Televisi Indonesia in
Establishing Good Relationships with External Stakeholders (Case Study in the
Study Program Visit Period January 2019 - December 2019)

Number of Pages : 5 Bab 93 hal + 7 Lampiran

Bibliography : 24 Books + 6 Journals + 3 websites

ABSTRACT

Public Relations related to the interests of each organization, both commercial and non-commercial organizations, as well as in managing Public Relations programs, one of which is an industrial visit consisting of study visits and corporate visits. Reporting about the first news television station in Indonesia with the alignment of television stations and news that supports political interests can be misinterpreted by the public as a controversy that is not necessarily true, can be positive or negative.

The theory used in this study is the theory of the management of public relations programs by Wilcox and Cameron, namely there are 6 stages, namely the first research and analysis, the second step of policy formulation, the second step of programming, the fourth step of communication, the fifth step of feedback, and the sixth step of the assessment.

This type of research used in this research is descriptive research with qualitative. The paradigm of this research is constructivist with the case study method. Where data obtained through interviews are collected on employees and external stakeholders and make observations.

Based on the results of research that shows the management of Metro TV's public relations programs carried out is an effort to establish a good relationship by creating a study visit program that focuses on high school students and college students to produce interpersonal relationships that are supported, and establish good communication through the provision of access to good information.

Keywords : Public Relations Management, PT. Media Televisi Indonesia, Industry Visits