



**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
PT TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Srata (S1) Ilmu Komunikasi

DISUSUN OLEH:

SITI MALIGA ARSIETA

44219110141

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN JUDUL



**AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF
PT TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Untuk Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Srata (S1) Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
DISUSUN OLEH:
SITI MALIGA ARSIETA**

44219110141

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Siti Maliga Arsieta
NIM : 44219110141
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Public
Relations Dalam Membangun Citra Positif Pt Televisi Transformasi Indonesia

Men yatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, Jum'at 20 Juli 2023



Siti Maliga Arsieta

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Siti Maliga Arsieta
NIM : 44219110141
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Public
Relations Dalam Membangun Citra Positif Pt Televisi Transformasi Indonesia

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Farid Hamid .M.Si.
NIDN : 03011117301
Ketua Penguji : Drs. Riswandi, M.Si
NIDN : 0309065903
Penguji Ahli : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom
NIDN : 8870701019



Jakarta, Jum'at 20 Juli 2023

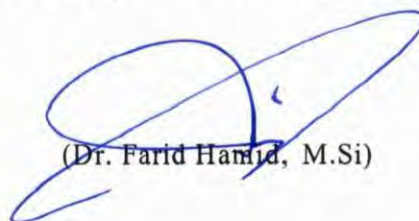
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Maliga Arsieta
NIM : 44219110141
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Aktivitas Public
Relations Dalam Membangun Citra Positif Pt Televisi Transformasi Indonesia

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Jum'at 20 Juli 2023

Yang menyatakan,



(Siti Maliga Arsieta)

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Public Relations
Siti Maliga Arsietia
44114210024

Altivitas public relations dalam membangun citra positif PT. Televisi Transformasi Indonesia
Jumlah Halaman : V BAB + 94 Halaman + 6 Lampiran Bibliografi : 34 acuan, tahun 2001-2019

ABSTRAK

AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PT TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA

Aktivitas Public Relations (PR) di perusahaan memiliki pengaruh yang luas terhadap perilaku publik, melibatkan berbagai stakeholders seperti atasan, bawahan, pemegang saham, karyawan, distributor, dan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis aktivitas PR dalam mempertahankan citra positif perusahaan, serta faktor-faktor yang mendukung atau menghambat komunikasi manajemen di Trans TV.

Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang membangun hubungan baik antara organisasi dan publiknya. Kegiatan PR penting dalam menciptakan suasana yang menyenangkan di perusahaan, memfasilitasi komunikasi yang akrab antara karyawan dan manajemen, serta membangun tanggung jawab terhadap perusahaan. Citra perusahaan merupakan impresi yang sesuai dengan kenyataan, sedangkan reputasi adalah intangible asset yang sulit diukur, namun dapat memperkuat posisi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan menggunakan pendekatan kualitatif, di mana permasalahan muncul dari data dan terbuka untuk interpretasi. Sumber data primer berupa wawancara dan dokumentasi, sedangkan data sekunder berasal dari wawancara dan dokumentasi oleh peneliti. Analisis data dilakukan melalui tahapan koding, termasuk Open Coding, Axial Coding, dan Selective Coding. Untuk memastikan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi dengan memeriksa data dari berbagai sumber.

Citra sangat penting bagi Trans TV, sebuah media komunikasi audio visual dengan berbagai program acara. Perusahaan ini berupaya menjaga citra positif melalui program dan kegiatan yang dilakukan. Menurut Frank Jeffkins, citra seseorang terhadap suatu merek atau perusahaan mempengaruhi pengetahuan dan pengalaman individu. PT Televisi Transformasi menggunakan public relations untuk membentuk citra positif dengan bekerja sama dengan pihak lain. Mereka menangani berita yang tidak benar melalui press release, permintaan maaf, dan rundingan dengan pihak terkait. Tujuan Public Relations adalah menciptakan opini publik yang menguntungkan, dan PT Televisi Transformasi juga melakukan kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR) seperti acara kesehatan bersama pihak eksternal.

Kata Kunci: *Public Relations, Citra, Reputasi*

Mercu Buana University
faculty of Communication
Field of Public Relations
Siti Maliga Arsieta
44114210024

Public relations activities in building a positive image of PT. Indonesian Transformation Television
Number of Pages: V CHAPTER + 94 Pages + 6 Attachments Bibliography: 34 references, 2001-2019

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES IN BUILDING A POSITIVE IMAGE OF PT TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA

The activities of Public Relations (PR) in a company have a wide influence on public behavior, involving various stakeholders such as superiors, subordinates, shareholders, employees, distributors, and consumers. This study aims to analyze PR activities in maintaining the company's positive image, as well as the factors that support or hinder management communication at Trans TV.

PR is a management function that builds good relationships between an organization and its public. PR activities are important in creating a pleasant atmosphere in the company, facilitating friendly communication between employees and management, and building responsibility towards the company. The company's image is an impression that corresponds to reality, while reputation is an intangible asset that is difficult to measure but can strengthen the company's position.

This research uses a qualitative approach, where issues emerge from data and are open to interpretation. The main objectives are to describe, explain, describe, and explore. Primary data sources include interviews and documentation, while secondary data comes from interviews and documentation conducted by the researcher.

Data analysis is conducted through coding stages, including Open Coding, Axial Coding, and Selective Coding. To ensure data validity, triangulation techniques are used by examining data from various sources. Image is crucial for Trans TV, an audio-visual communication media with various programs. The company strives to maintain a positive image through its programs and activities. According to Frank Jeffkins, an individual's perception of a brand or company influences their knowledge and experience. PT Televisi Transformasi uses public relations to shape a positive image by collaborating with others. They handle false news through press releases, apologies, and negotiations with relevant parties. The goal of Public Relations is to create favorable public opinions, and PT Televisi Transformasi also engages in Corporate Social Responsibility (CSR) activities, such as health events with external parties.

Keywords: Public Relations, Image, Reputat

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Aktivitas Public Relations Dalam Membangun Citra Positif PT. Televisi Transformasi Indonesia”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi.

Penyusun menyadari bahwas skripsi ini tidak mungkin akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus yang menjadi dosen pembimbing saya yang juga telah mengarahkan saya serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Seluruh staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tidak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Mama Ita dan Alm. Ayah Gun Gun yang senantiasa selalu mensupport saya dalam perkuliahan ini dan juga pastinya doa mama yang diijabah oleh Allah SWT serta kesabaran yang tiada hentinya untuk saya.
5. 2 Kakak saya Fadiah dan Bimby dan juga 1 adik saya Martiza yang senantiasa selalu mendukung saya sampai ada di titik ini.
6. Untuk pasangan saya Mas Azdi yang telah membantu dan menemani saya juga untuk bisa mewujudkan cita-cita saya untuk bisa menjadi seorang sarjana.

7. Kepada teman-teman saya yaitu Ayu Puspita Sari, Saptono dan juga Leonel Stevano yang telah menemani saya selama proses belajar setiap semester saya.

Selain itu juga penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diperlukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada. Terima Kasih.

Jakarta, 2 Agustus 2023

Siti Maliga Arsieta



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.3 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1 AKTIVITAS PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN PADA PT TIKI JNE	7
2.1.2 PERAN HUMAS XL AXIATA MELALUI MOBILE LAUT NUSANTARA DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN BAGI NELAYAN	7
2.1.3 PERAN CORPORATE COMMUNICATION DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN PT. TIRTA MEDICAL INDONESIA	8
2.1.4 AKTIVITAS DIGITAL PUBLIC RELATIONS DALAM AKUN INSTAGRAM @ORTUSEIGHT	9
2.1.5 PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA DI KOTA BANDAR LAMPUNG	9
Tabel 2. 1.....	11
2.2 Kajian Teoritis	14
2.2.1. Public Relations	14
2.2.2 Aktivitas <i>Public Relation</i>	20
2.2.3 Citra	22
2.2.4 Reputasi.....	25
BAB III	28

METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Subjek Penelitian	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1 Data Primer	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Perusahaan	34
4.1.2 Visi dan Misi PT Star Media Nusantara	35
4.1.3 Logo Perusahaan	35
4.1.4 Struktur Perusahaan TransTV	38
4.2 Hasil Penelitian	39
4.2.1 Aktivitas <i>Public Relations</i>	39
4.2.2 Kegiatan Atau Program Yang Diselenggarakan Oleh Public Relations PT Televisi Transformasi Indonesia	49
4.2.3 Hambatan Kendala Terkait Citra PT Televisi Transformasi Indonesia	54
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Aktivitas <i>Public Relations</i>	72
4.3.2 Kegiatan Atau Program Yang Diselenggarakan Oleh PT Televisi Transformasi Indonesia	77
4.3.3 Hambatan Kendala Terkait Citra PT Televisi Transformasi Indonesia	78
BAB V	82
SIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Simpulan	82
5.2 Saran	83
5.2.1 Saran Akademis	83
5.2.2 Saran Praktis	83
Daftar Pustaka	85