

## ABSTRAK

Nama : Nidea Nur Sasliniar  
NIM : 44221120037  
Proram Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : CITRA DIRI PEREMPUAN DI SEKTOR  
*PUBLIC RELATIONS* PADA ERA DIGITAL  
Studi Deskriptif terhadap Perempuan Praktisi Public  
Relations Junior di DKI Jakarta tahun 2022  
Pembimbing : Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

Citra diri *Public Relations* Officer perempuan pada era digital penting untuk memahami bagaimana *Public Relations Officer* perempuan dapat berperan dalam membangun citra positif organisasi atau perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui citra diri perempuan di Sektor *Public Relations* Pada Era Digital di Provinsi DKI Jakarta. Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma penelitian Konstruktivis dengan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan wawancara dengan para informan. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah Triangulasi data. Subyek pada penelitian ini terdiri dari lima perempuan praktisi *Public Relations* Junior di perusahaan dan pemerintahan.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan tiga citra diri. Pembentukan citra diri tersebut berdasarkan faktor perilaku dan faktor sosial. Teknologi yang digunakan para informan meliputi media yang interaktif seperti media sosial dan website perusahaan. Citra yang pertama adalah citra baik dan ramah. Citra ini ditunjukkan dengan menampilkan citra baik dan ramah melalui kemampuan komunikasi yang luas. Menanamkan konsep diri positif untuk menjalin relasi baik internal maupun eksternal. Citra yang kedua adalah sebagai wajah perusahaan. Citra ini ditunjukkan dengan memerlukan pemahaman mendalam tentang bidang instansi atau perusahaan, serta keterampilan manajemen dan pengelolaan. Menyadari pentingnya penampilan yang sesuai dengan nilai dan tujuan perusahaan, serta membangun konektivitas yang tinggi. Citra yang ketiga adalah kompetensi dan profesionalisme. Citra ini ditunjukkan dengan dalam era digital, perempuan atau laki-laki tidak menjadi kendala, dan masyarakat fokus pada manfaat informasi yang disampaikan. *Public Relations* perempuan membangun konsep diri berdasarkan logika yang realistis, mengandalkan evaluasi dan kritik sebagai sarana pembangunan diri.

**Kata Kunci** : Citra Diri, Perempuan, Public Relation, Era Digital

## ABSTRACT

*Name* : Nidea Nur Sasliniar  
*NIM* : 44221120037  
*Study Proram* : Ilmu Komunikasi  
*Title Internship Report* : *SELF-IMAGE OF WOMEN IN THE PUBLIC RELATIONS SECTOR IN THE DIGITAL ERA*  
*Descriptive Study of Women Junior Public Relations Practitioners in DKI Jakarta in 2022*  
*Counsellor* : Mochamad Taufiq Hidayat, M.I.Kom

*The self-image of female Public Relations Officers in the digital era is important to understand how female Public Relations Officers can play a role in building a positive image of an organization or company. The purpose of this study is to determine the self-image of women in the Public Relations Sector in the Digital Era in DKI Jakarta Province. The research paradigm used is the Constructivist research paradigm with qualitative-descriptive research methods. The data collection technique is to conduct interviews with informants. The data validity technique used is data triangulation. The subjects in this study consisted of five female Junior Public Relations practitioners in companies and government.*

*Based on the results of the study, three self-images were found. The formation of the self-image is based on behavioral factors and social factors. The technology used by the informants includes interactive media such as social media and company websites. The first image is a good and friendly image. This image is shown by presenting a good and friendly image through extensive communication skills. Instilling a positive self-concept to establish relationships both internally and externally. The second image is as the face of the company. This image is shown by requiring a deep understanding of the field of the agency or company, as well as management and management skills. Realizing the importance of appearance in accordance with the values and goals of the company, and building high connectivity. The third image is competence and professionalism. This image is shown by the fact that in the digital era, women or men are not an obstacle, and people focus on the benefits of the information conveyed. Female public relations build a self-concept based on realistic logic, relying on evaluation and criticism as a means of self-building.*

**Keywords:** *Self Image, Women, Public Relations, Digital Era*