



**AKTIVITAS CYBER PR PADA SOSIAL MEDIA O CHANNEL**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memenuhi Gelar Sastra  
Satu (S-1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Desy

**44213010050**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**2017**



## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Desy

NIM: : 44213010050

Bidang studi : Public Relation

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

### **Aktivitas Cyber PR Pada Sosial Media O Channel**

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi saya ini benar - benar dan sungguh - sungguh hasil karya saya sendiri sebagai peneliti dan penulis. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah di tulis sebelumnya ataupun di terbitkan oleh orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata tulis penulisan karya tulis ilmiah yang telah lazim dengan menyertakan sumber.

Jakarta, 6 September 2017



Desy

NIM: 44213010050



MERCU BUANA

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **Aktivitas Cyber PR Pada Sosial Media O Channel**

Nama : Desy

NIM : 44213010050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 6 September 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Enjang Pera Irawan, M. I.Kom)



MERCU BUANA

## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : **Aktivitas Cyber PR Pada Sosial Media O Channel**

Nama : Desy

NIM : 44213010050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 6 September 2017


Ketua Sidang,

Ida Anggraeni Ananda, SS. M.Si

  
(.....)


Penguji Ahli

Yuliatwati. M. Ikom

  
(.....)

Pembimbing

Enjang Pera Irawan, M. I.Kom

  
(.....)



MERCU BUANA

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : **Aktivitas Cyber PR Pada Sosial Media O Channel**

Nama : Desy

NIM : 44213010050

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 6 September 2017

Disetujui dan diterima Oleh:

**Pembimbing**

**Ketua Bidang Studi Public Relations**

(Enjang Pera Irawan, M. I.Kom)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Ponco Budi Sulisty Ph.D)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunianya telah diberikan kekuatan lahir dan batin sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Aktivitas Cyber PR Pada Sosial Media O Channel**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra 1 (S1) Komunikasi Bidang studi *Public Relations*, Univeristas Mercu Buana. Penulis Menyadari dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan saran, bimbingan, bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung, sejak awal penulisan hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Enjang Pera Irawan, M. I.Kom Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan segala Ilmu dan masukan kepada peneliti.
2. Dr. Elly Yuliawati, M.Si Selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Ita Dwi Yulianti selaku Head Public Relations O Channel yang telah membantu saya selama penelitian di O Channel.
5. Orang Tua (Bapak Irwan Dalles Siahaan dan Ibu Jojor Ulina) yang telah memberikan support moril maupun material sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.



6. Adik ( Rutma Siahaan dan Martin Siahaan) yang telah memberikan dukungan dan selalu menghibur dalam suka dan duka.
7. Tri Exaudi Sidabutar yang selalu menemani selama kuliah dan mendukung menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman sepermainan selama kuliah Catrin, Citra, Nike, Dhini, Vivi, Fajar, Dewinta, Adriana, Yana Yunita.
9. Teman-teman yang lainnya Unedo, Trifena, Trifosa, Meidita, Ka Timoti, Ka Sisil yang selalu memberikan semangat serta selalu mendoakan di gereja.

Akhir kata penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaannya dan semoga bermanfaat bagi kita semua. Amin

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, 30 Juli 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Identifikasi Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Akademis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Public Relations .....	11
2.1.1 Definisi Public Relations.....	11
2.1.2 Fungsi Public Relations.....	11
2.1.3 Peran Public Relations .....	12
2.1.4 Tujuan Public Relations .....	14
2.2 Marketing Public Relations.....	15



2.3 Cyber Public Relations .....	18
2.3.1 Definisi Cyber PR .....	18
2.3.2 Fokus Utama C- Public Relations.....	19
2.4 New Media .....	21
2.4.1 Pengertian New Media .....	21
2.4.2 New Media Sebagai Culture Technology .....	22
2.4.3 Karakteristik New Media .....	24
2.5 Sosial Media.....	27
2.5.1 Definisi Sosial Media .....	27
2.5.2 Karakteristik Sosial Media .....	28
2.6 Manfaat Media Internet Bagi Public Relations .....	30
2.7 Aktivitas Cyber PR .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	41
3.2 Sifat Penelitian .....	43
3.3 Metode Penelitian.....	44
3.4 Subyek Penelitian .....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Data Primer.....	46

3.5.2 Data Sekunder.....	46
3.6 Teknik Analisis Data .....	47
3.7 Teknik Pemeriksaan keabsahan Data .....	48

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

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.1.1 Sejarah dan Profil O Channel .....	50
4.1.2 Visi dan Misi O Channel .....	51
4.1.3 Slogan .....	52
4.1.4 Fokus O Channel .....	52
4.1.5 Tujuan O Channel .....	52
4.1.6 Struktur Organisasi .....	53
4.1.7 Logo O Channel .....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Sosial Media sebagai sarana publikasi .....	56
4.2.2 Tim pengelola sosial media O Channel .....	57
4.2.3 Tujuan sosial media dijadikan media informasi .....	58
4.3 Pembahasan .....	59

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	68
5.2.1 Saran Akademis .....	69
5.2.2 Saran Praktis .....	69

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA