



**PENGELOLAAN PROGRAM MEDIA RELATIONS
DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MNC FASHION CHANNEL**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

NADIA WULAN ADHANI
44213110017

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**



**Bidang Studi Public Relations
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGELOLAAN PROGRAM MEDIA RELATIONS
DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MNC
FASHION CHANNEL**

Nama : Nadia Wulan Adhani

NIM : 44213110017

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, Juli 2015

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

(Suryaning Hayati, SE., MM.)



Bidang Studi Public Relations
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

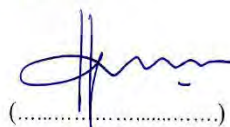
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : PENGELOLAAN PROGRAM MEDIA RELATIONS
DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MNC FASHION
CHANNEL
Nama : Nadia Wulan Adhani
NIM : 44213110017
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 25 Juli 2015

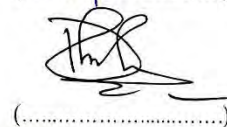
Ketua Sidang,

(Dr. Ira Purwitasari, S.Sos, M.Ikom)
Penguji Ahli,



(.....)

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)
Pembimbing,



(.....)

(Suryaning Hayati, SE., MM.)



(.....)



**Bidang Studi Public Relations
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGELOLAAN PROGRAM MEDIA RELATIONS
DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE MNC FASHION
CHANNEL**

Nama : Nadia Wulan Adhani

NIM : 44213110017

Fakultas : Ilmu Komunikasi

BidangStudi : Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Juni 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Suryaning Hayati, SE., MM.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si.)

iv

vii

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Judul dari skripsi ini adalah pengelolaan program *media relations* dalam membangun *brand image* MNC Fashion Channel yang dikaji dalam studi kasus penyelenggaraan spesial event IFF. Skripsi ini untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji program dan strategi *media relations* apa saja yang terjadi dalam penyelenggaraan spesial event, termasuk diantaranya proses-proses yang terjadi.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

- 1) Suryaning Hayati, SE, MM, Dosen Pembimbing atas waktu, tenaga, dan pikiran yang dicurahkan untuk penyelesaian skripsi peneliti.
- 2) DR. Elly Yulawati, M.Si. selaku kepala bidang studi Public Relations yang selalu membimbing mahasiswa dengan baik.
- 3) Bapak Bambang Wahyudi dan Ibu Rahayu Pusparini, atas segala bentuk kasih sayang, doa, dukungan besarnya pada peneliti.
- 4) Andriani Respati Ningrum, adik yang selama ini memberikan semangat atas pengerjaan Skripsi.

- 5) Seluruh dosen fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana atas pengetahuan dan ilmu yang telah diberikan.
- 6) Hanny selaku Marketing Communication Manager MNC Channel
- 7) Fajar, selaku Activation Marketing Communication MNC Channel
- 8) Irabilla Putri, selaku staff Marketing Communication
- 9) Seluruh marketing communication MNC Channel
- 10) Seluruh sahabat dan teman Jessica Pakasi, Fhosya Apriando, Mochamad Ihsan Prabowo, Muhammad Rendy, Novriansyah, Agung Hendrawan, Ratu Armelia dan teman Universitas Mercu Buana lainnya, bertukar pengalaman dan canda tawa selama ini.
- 11) Serta semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi kepentingan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 2015

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LatarBelakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Identifikasi Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.5.1. Manfaat Akademis	7
1.5.2. Manfaat Praktis	7
1.5.3. Manfaat Sosial	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Komunikasi Organisasi	8
2.2. <i>Public Relations</i>	11
2.2.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	12
2.2.2. Kegiatan <i>Public Relations</i>	13
2.2.3. Fungsi dan tugas <i>Public Relations</i>	19
2.2.4. Tujuan <i>Public Relations</i>	21
2.2.5. Tahapan Kerja <i>Public Relations</i>	22
2.3. <i>Media Relations</i>	24
2.3.1. Pengertian <i>Media Relations</i>	24
2.3.2. Tujuan <i>Media Relations</i>	26

2.3.3. Bentuk <i>Media Relations</i>	27
2.3.4. Strategi <i>Media Relations</i>	30
2.4. <i>Brand Image</i>	31
2.4.1. Pengertian Merek(<i>Brand</i>)	32
2.4.2. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	34
2.5. <i>Special Event</i>	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1. Paradigma Penelitian	39
3.2. Tipe Penelitian	39
3.3. Metode Penelitian.....	40
3.4. Subyek Penelitian.....	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data	42
3.6. Teknik Analisis Data	43
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1. Visi dan Misi PT. Media Nusantara Citra Tbk.....	53
4.1.2. Kekuatan dan Strategi PT. MNC Tbk.....	53
4.1.3. Unit Bisnis PT Media Nusantara Citra Tbk	54
4.1.4. Struktur Organisasi PT. MNCTbk.....	57
4.2. Hasil Penelitian	58
4.2.1. <i>Fact Finding</i>	58
4.2.2. <i>Planning and Programming</i>	64
4.2.3. <i>Taking Action and Communication</i>	70
4.2.4. <i>Evaluating</i>	75
4.3. Pembahasan.....	77
4.3.1. <i>Fact Finding</i>	78
4.3.2. <i>Planning and Programming</i>	80
4.3.3. <i>Taking Action and Communication</i>	84
4.3.4. <i>Evaluating</i>	87
BAB V KESIMPULAN&SARAN	90

5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran	92
5.2.1. Saran Teoritis/ Akademis	93
5.2.2. Saran Praktis	93
DAFTAR PUSTAKA	94
DAFTAR LAMPIRAN	97



DAFTAR GAMBAR

Logo MNC	47
Diagram Tenaga Kerja MNC Pada Tahun 2011	48
Struktur MNC	48
Logo Stasiun Televisi FTA MNC	54
Logo MNC Fashion Channel	56



DAFTAR TABEL

Struktur Organisasi PT. Media Nusantara Citra Tbk.....	57
Struktur Redaksi MNC Fashion.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Interview Fajar Anggoro	97
Interview Hanny.....	100
Interview Irabilla Putri	105
Dokumentasi artikel IFF dalam website Ghiboo.com.....	113
Dokumentasi artikel IFF dalam website Okezone.com	114
Dokumentasi artikel IFF dalam Koran Sindo	115
Dokumentasi artikel IFF dalam tabloid Genie.....	116
Press Release IFF	117

