



**FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* PADA PUTERI INDONESIA
DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA INDONESIA DI
AJANG *BEAUTY PAGEANT* INTERNASIONAL**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

ADI PERDANA PUTRA

44216120094

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* PADA PUTERI
INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN
PARIWISATA INDONESIA DI AJANG *BEAUTY*
PAGEANT INTERNASIONAL**

Nama : Adi Perdana Putra

NIM : 44216120094

Fakultas : Ilmu Komunikasi

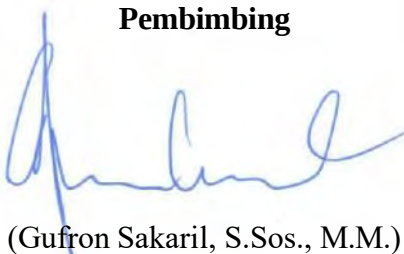
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, Agustus 2020

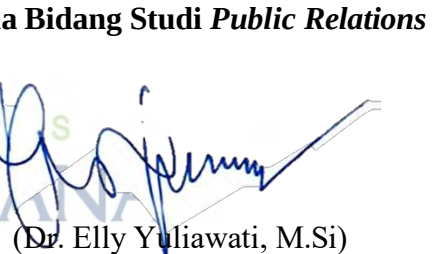
Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relations*

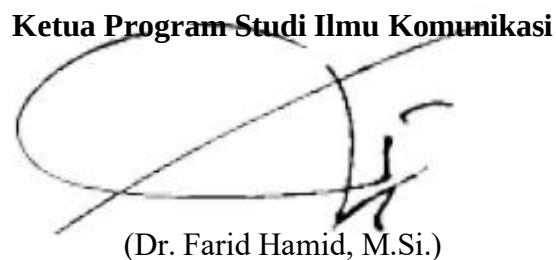


(Gufron Sakaril, S.Sos., M.M.)



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Adi Perdana Putra
NIM : 44216120094
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **FUNGSI *PUBLIC RELATIONS* PADA PUTERI
INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN
PARIWISATA INDONESIA DI AJANG *BEAUTY*
PAGEANT INTERNASIONAL**

Jakarta, Agustus 2020

Ketua Sidang

Dr. Irmulansati T., SH, Msi

()

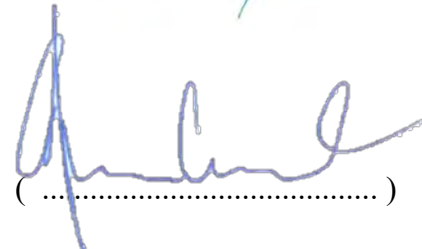
Penguji Ahli

Siti Muslichatul, M.Ikom

()

Pembimbing

Gufron Sakaril, S.Sos., M.M.

()

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Adi Perdana Putra
44216120094

Fungsi *Public Relations* Pada Puteri Indonesia Dalam Mempromosikan
Pariwisata Indonesia di Ajang *Beauty Pageant* Internasional

Bibliografi : 5 Bab, 135 hal + Lampiran + 21 Buku + 3 Internet

ABSTRAK

Puteri Indonesia adalah representasi Indonesia di hadapan publik internasional melalui sebuah kompetisi ratu kecantikan. Membawa misi untuk mempromosikan pariwisata Indonesia membuat para puteri harus menjalankan tugasnya sebagai *public relations*. Tidak hanya sekedar menjadi juru bicara, para puteri harus menjalankan fungsi-fungsi *public relations* untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui fungsi *public relations* pada Puteri Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia di ajang *beauty pageant* internasional serta mengetahui kendala/hambatan yang dihadapi Puteri Indonesia sebagai *public relations* dalam mempromosikan pariwisata Indonesia di ajang *beauty pageant* internasional.

Penelitian ini menggunakan teori dari Edward L. Bernay yang dikutip oleh Ruslan yang menjelaskan fungsi informasi, persuasi, dan mensinergikan antara publik internal dan eksternal. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi serta literatur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh fungsi *public relations* telah dilakukan oleh Puteri Indonesia namun tidak menyeluruh pada rangkaian proses keikutsertaan mereka di kompetisi *beauty pageant* internasional.

Kata kunci : Puteri Indonesia, Fungsi *Public Relations*. Promosi Pariwisata

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Adi Perdana Putra
44216120094

*Public Relations Function of Puteri Indonesia in Promoting
Indonesian Tourism in the International Beauty Pageant Event*

*Bibliography : 5 Chapters, 135 pages + Attachments + 21 Books + 3
Internet*

ABSTRACT

Puteri Indonesia is a representation of Indonesia before the international public through a beauty queen competition. Carrying a mission to promote Indonesian tourism makes the princesses have to carry out their duties as public relations. Not just being a spokesperson, the princesses must carry out public relations functions to achieve that goal. The purpose of this study is to find out the function of public relations at the Puteri Indonesia in promoting Indonesian tourism in the international beauty pageant event and to know the obstacles faced by the Puteri Indonesia as public relations in promoting Indonesian tourism at the international beauty pageant competition..

This study uses the theory of Edward L. Bernay, quoted by Ruslan, which explains the function of information, persuasion, and synergy between internal and external publics. This research is qualitative research using a constructivist paradigm with a descriptive method. Data collection is done through interviews and observations and literature.

The results of this study indicate that all functions of public relations have been carried out by the Puteri Indonesia but are not exhaustive in the process of their participation in international beauty pageant competition.

Keywords : Puteri Indonesia, Public Relations Function, Tourism Promoting

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Perdana Putra

NIM : 44216120094

Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: Fungsi *Public Relations* Pada Puteri Indonesia Dalam Mempromosikan Pariwisata Indonesia di Ajang *Beauty Pageant* Internasional adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

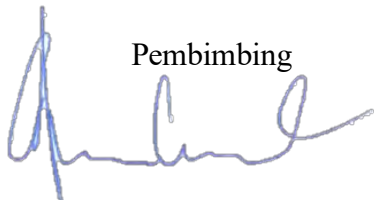
Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

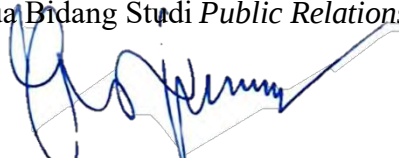
Jakarta, 14 Februari 2020

at Pernyataan

(Adi Perdana Putra)

Mengetahui,


Pembimbing
(Gufron Sakaril, S.Sos., M.M.)

Ketua Bidang Studi *Public Relations*

(Dr. Elly Yulianti, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya penyusun dapat menyelesaikan penelitian ini yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 Komunikasi. Ini adalah sebuah bentuk implementasi saya sebagai peneliti untuk memperkaya pengetahuan khususnya di bidang *public relations*. Tema yang saya ambil sangat lekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga saya harap mudah untuk dipahami bagi peneliti-peneliti lain yang akan menjadikan sebagai referensi.

Penyusun merasa sangat bahagia dengan terselesaikannya skripsi ini, karena banyak pihak yang turut mendukung dan memberikan semangat kepada saya. Untuk itu penyusun mempersembahkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Gufron Sakaril, S.Sos.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan kritik, saran, dan semangat bagi penelitian saya. Beliau sangat mendukung agar penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Ponco Budi Sulistyio, M.Comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang memberikan masukan bagi peneliti.
4. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana yang selalu sabar dan memberikan semangat bagi mahasiswa, terima kasih Ibu.
5. Para dosen program studi *Public Relations*, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu bermanfaat dan berbagi pengalaman kepada saya.
6. Keluarga tercinta, Ayah, Ibu, dan *the only one my sister* yang

selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun. Pokoke kudu iso!

7. Anggara Dwi Putra yang selalu sigap membantu. *You the best bro!*
8. Prima Laksimtasari, S.IP., M.Ikom, pimpinan dan teman baik yang selalu memberikan semangat menempuh pendidikan dan jadi *role model* yang oke punya.
9. Teman-teman bagian Keprotokolan dan Persidangan Sekretariat Dewan Pertimbangan Presiden yang selalu bersedia membantu dan mendukung kelancaran tugas-tugas pekerjaan.
10. Teman-teman Yayasan Puteri Indonesia dan Mustika Ratu, Pak Mega dan Mas Ayi terima kasih untuk ilmu dan informasinya. Serta teman-teman Puteri Indonesiaku yang bersedia meluangkan waktunya untuk berbincang- bincang.
11. Teman-teman seperjuangan kuliah angkatan 30 yang tergabung dalam Paguyuban Yeti Salon Cawang, Eggy, Putri Cipuy, Satria, Uti Nurbaeti, Nadira Aldhina, Hanum yang saling memberikan semangat dengan selalu menciptakan atmosfer positif bagi saya.

Melengkapi kekurangan yang ada dalam proposal penelitian ini, saya mengharapkan saran maupun kritik yang membangun guna tercapainya kesempurnaan terhadap penelitian ini. Akhir kata, semoga skripsi yang telah saya selesaikan dapat bermanfaat, khususnya bagi pecinta ilmu kehumasan

Adi Perdana Putra

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Praktis	10
1.4.2 Manfaat Teoritis	10
1.4.2.1 Bagi Instansi Pemerintah	10
1.4.2.2 Bagi Peneliti	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kajian Teoritis	19
2.2.1 Komunikasi	19
2.2.1.1 Pengertian Komunikasi	19
2.2.1.2 Tujuan Komunikasi	21
2.2.1.3 Fungsi Komunikasi	22
2.2.1.4 Komunikasi yang efektif	23
2.2.2 <i>Public Relations</i>	26

2.2.2.1	Pengertian <i>Public Relations</i>	26
2.2.2.2	Fungsi <i>Public Relations</i>	28
2.2.2.3	Tujuan <i>Public Relations</i>	32
2.2.2.4	Manfaat <i>Public Relations</i>	33
2.2.2.5	Manajemen <i>Public Relations</i>	35
2.2.3	Promosi	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	41
3.1	Paradigma	41
3.2	Metode Penelitian	42
3.3	Subjek Penelitian	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1	Data Primer	46
3.4.2	Data Sekunder	47
3.5	Teknik Analisis Data	48
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Gambaran Umum Puteri Indonesia	51
4.1.2	Yayasan Puteri Indonesia	63
4.1.3	Puteri Indonesia di ajang <i>beauty pageant</i> internasional	65
4.2	Analisis Data	70
4.2.1	Tahapan Penelitian	71
4.2.2	Tahapan Perencanaan	80
4.2.3	Tahapan Pelaksanaan	88
4.2.4	Tahapan Evaluasi	93
4.3	Pembahasan	96
4.3.1	Fungsi memberikan penerangan kepada masyarakat	98
4.3.1.1	Tahapan Penelitian	99

4.3.1.2 Tahapan Perencanaan	103
4.3.1.3 Tahapan Pelaksanaan	106
4.3.1.4 Tahapan Evaluasi	110
4.3.2 Fungsi melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung	113
4.3.2.1 Tahapan Perencanaan	113
4.3.3 Fungsi mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya	119
4.3.3.1 Tahapan Penelitian	119
4.3.3.2 Tahapan Perencanaan	123
4.3.4 Tahapan paling efektif dalam menjalankan fungsi <i>Public Relations</i>	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	132
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran	134
5.2.1 Saran Teoritis	134
5.2.2 Saran Praktis	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	138

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Pintu Masuk Tahun 2006 – 2019	5
Tabel 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1	Tabel Pemenang Puteri Indonesia	59
Tabel 4.2	Analisis SWOT Fungsi <i>Public Relations</i> yang Memberikan Penerangan Kepada Masyarakat dalam Tahapan Penelitian	100
Tabel 4.3	Analisis SWOT Fungsi <i>Public Relations</i> yang Memberikan Penerangan Kepada Masyarakat dalam Tahapan Perencanaan	104
Tabel. 4.4	Analisis SWOT Fungsi <i>Public Relations</i> yang Memberikan Penerangan Kepada Masyarakat dalam Tahapan Pelaksanaan	107
Tabel 4.5	Analisis SWOT Fungsi <i>Public Relations</i> yang Memberikan Penerangan Kepada Masyarakat dalam Tahapan Evaluasi	111
Tabel 4.6	Analisis SWOT Fungsi <i>Public Relations</i> dalam upaya melakukan persuasi Kepada Masyarakat dalam Tahapan Penelitian	116
Tabel 4.7	Analisis SWOT Fungsi <i>Public Relations</i> dalam Mengintegrasikan Sikap dan Perbuatan Suatu Badan/Lembaga Sesuai Dengan Sikap dan Perbuatan Masyarakat atau Sebaliknya pada Tahapan Penelitian	121
Tabel 4.8	Analisis SWOT Fungsi <i>Public Relations</i> dalam Mengintegrasikan Sikap dan Perbuatan Suatu Badan/Lembaga Sesuai Dengan Sikap dan Perbuatan Masyarakat atau Sebaliknya pada Tahapan Perencanaan	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Fungsi <i>Public Relations</i>	30
Gambar 2.2	Skema <i>Promotional Mix</i>	39
Gambar 4.1	Pemanang Puteri Indonesia 2017 Mengenakan Mahkota	56
Gambar 4.2	Piala Puteri Indonesia	57
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Yayasan Puteri Indonesia	65

