



**POLA PENGELOLAAN PESAN PUBLIC RELATIONS
DALAM PROGRAM CSR PENDIDIKAN PT TELKOM
BANDUNG UTARA**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nadya Afrilianti

44213110120

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



Bidang Studi Public Relations
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : POLA PENGELOLAAN PESAN PUBLIC RELATIONS
DALAM PROGRAM CSR PENDIDIKAN DI PT TELKOM
BANDUNG UTARA

Nama : Nadya Afrilianti

NIM : 44213110120

Fakultas : Ilmu Komunikasi

BidangStudi : Public Relations

Jakarta, Juli 2015

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


(Irmulan Sati T., SH. M.Si.)



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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : POLA PENGELOLAAN PESAN PUBLIC RELATIONS
DALAM PROGRAM CSR PENDIDIKAN DI PT TELKOM
BANDUNG UTARA

Nama : Nadya Afrilianti

NIM : 44213110120

Fakultas : Ilmu Komunikasi

BidangStudi : Public Relations

Jakarta, 1 Agustus 2015

Ketua Sidang,

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

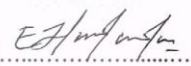
Penguji Ahli,

(Enjang Pera Irawan, M.I.Kom)

Pembimbing

(Irmulan Sati T., SH. M.Si.)


(.....)


(.....)


(.....)



Bidang Studi Public Relations
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **POLA PENGELOLAAN PESAN PUBLIC RELATIONS
DALAM PROGRAM CSR PENDIDIKAN DI PT TELKOM
BANDUNG UTARA**

Nama : Nadya Afrilianti

NIM : 44213110120

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations


Jakarta, 9 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing


(Irmulan Sati T., SH. M.Si.)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Public Relations


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si.)

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 pola pengelolaan pesan PR dalam program CSR pendidikan PT Telkom Bandung Utara. Skripsi ini untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pola pengelolaan pesan PR dalam program CSR dengan mengacu pada 7C PR menurut Cutlip, Center, & Broom.

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) Irmulan Sati T., SH. M.Si., selaku Dosen Pembimbing atas waktu, tenaga, dan pikiran yang dicurahkan untuk penyelesaian skripsi peneliti.
- 2) DR. Elly Yuliwati, M.Si. selaku Ketua Bidang Studi Public Relations yang selalu membimbing mahasiswa dengan baik.
- 3) Enjang Pera Irawan, M.I.Kom. selaku penguji ahli yang telah memberikan masukan yang sangat berguna bagi skripsi peneliti.
- 4) Bapak Tendi Rustendi dan Ibu Ade Lina Syarifah, atas segala bentuk kasih sayang, doa, dukungan besarnya pada peneliti.
- 5) Fawzia Akbari, adik yang selama ini memberikan semangat atas pengerjaan skripsi.

- 6) Seluruh dosen fakultas ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana atas pengetahuan dan ilmu yang telah diberikan.
- 7) Totok Februarto selaku Manajer Telkom Kandatel Bandung Utara.
- 8) Widayanti selaku Sekretaris Direktorat Telkom Kandatel Bandung Utara.
- 9) Seluruh sahabat grup *WhatsApps* Mercu Geng dan teman Universitas Mercu Buana lainnya, bertukar pengalaman dan canda tawa selama ini.
- 10) Serta semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan proposal 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 PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
1.4.3. Manfaat Sosial	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Komunikasi dan Public Relations	10
2.1.1. Fungsi Komunikasi	12
2.1.2. Bentuk-bentuk Komunikasi	12
2.1.3. Komunikasi Organisasi	13
2.1.4. Dimensi-dimensi Komunikasi Organisasi	14
2.1.4.1. Komunikasi Internal	14
2.1.4.2. Komunikasi Eksternal.....	14
2.2. <i>Public Relations</i>	15
2.2.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	15
2.2.2. Fungsi <i>Public Relations</i>	17
2.2.3. Tujuan <i>Public Relations</i>	17

2.2.4. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	18
2.2.4.1. Internal <i>Public Relations</i>	19
2.2.4.2. Eksternal <i>Public Relations</i>	19
2.2.5. Aktivitas <i>Public Relations</i>	20
2.2.6. Proses Manajemen <i>Public Relations</i>	22
2.3. Strategi Komunikasi <i>Public Relations</i>	24
2.4. <i>Corporate Social Responsibility</i>	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Paradigma Penelitian	27
3.2. Tipe Penelitian.....	28
3.3. Metode Penelitian	28
3.4. Subyek Penelitian	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1. Data Primer	30
3.5.2. Data Sekunder	31
3.6. Teknik Analisis Data	32
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT Telkom Indonesia...	35
4.1.2. Visi, Misi, dan Tujuan PT Telkom Indonesia	36
4.1.3. Logo dan Warna Perusahaan PT Telkom	39
4.1.4. Struktur Organisasi PUREL Divre-3	41
4.2. Hasil Penelitian.....	43
4.2.1. <i>Credibility</i> (kredibilitas).....	49
4.2.2. <i>Context</i> (konteks)	52
4.2.3. <i>Content</i> (konten)	56
4.2.4. <i>Clarity</i> (kejelasan).....	59
4.2.5. <i>Continuity and consistency</i> (kontinuitas dan konsistensi) 61	
4.2.6. <i>Channel</i> (saluran).....	62
4.2.7. <i>Capability of the audience</i> (kapabilitas khalayak).....	67

4.3. Pembahasan	74
4.3.1. <i>Credibility</i> (kredibilitas)	75
4.3.2. <i>Context</i> (konteks)	76
4.3.3. <i>Content</i> (konten)	77
4.3.4. <i>Clarity</i> (kejelasan).....	78
4.3.5. <i>Continuity and consistency</i> (kontinuitas dan konsistensi).....	79
4.3.6. <i>Channel</i> (saluran).....	80
4.3.7. <i>Capability of the audience</i> (kapabilitas khalayak).....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Saran	85
5.2.1. Saran Teoritis/ Akademis	85
5.2.2. Saran Praktis	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Baru PT Telkom Indonesia	40
Gambar 2. Struktur Organisasi Pirel Divre-3.....	41
Gambar 3. Aktivitas Tim Eksternal Sek.Dit Mencari Peserta Edukasi.....	50
Gambar 4. Tampilan pada <i>Website IndiSmart</i> dan <i>IndiSchool</i>	53
Gambar 5. Tampilan Konten <i>Slide Powerpoint</i> Pelatihan Edukasi Internet.	57
Gambar 6. Tampilan Konten IndiSmart Pada <i>Slide Powerpoint</i>	58
Gambar 7. Media Pada Pelaksanaan Kegiatan CSR Edukasi Internet.....	63
Gambar 8. Contoh Spanduk <i>IndiSchool</i>	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Pemetaan Pola Pesan Pada Media <i>Slide Powerpoint</i>	69
Tabel 2. Hasil Pemetaan Pola Pesan Spanduk dan <i>Standing Banner</i>	70
Tabel 3. Hasil Pemetaan Pola Pesan Pada Website PT Telkom	73
Tabel 3. Hasil Pemetaan Pola Pesan CSR Pendidikan PT Telkom	82

