

PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN (STUDI
DESKRIPTIF PADA TAYANGAN PROGRAM NEWS ROOM DI JAKTV)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial Bidang Ilmu Komunikasi

Diajukan Oleh

NAMA : Dinda Nurayu Irtianti
NIM : 1306015037
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

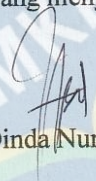
Nama : Dinda NurAyu Irtianti
Nim : 1306015037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : Peran Humas dalam membangun citra perusahaan (Studi deskriptif pada tayangan program News Room di Jaktv)

Demi Allah SWT, dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan **BUKAN PLAGIAT**. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini **PLAGIAT**, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat di pertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Jakarta, 28 Januari 2020

Yang menyatakan,


Dinda NurAyu Irtianti

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Penelitian: Peran Humas dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi
Deskriptif pada Tayangan Program News Room Di JAKTV)

Nama : Dinda NurAyu Irtianti

NIM : 1306015037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I


Farida Hariyati, S.IP. M.I.Kom

Tanggal : 13/11/19

Pembimbing II


Dr. Hendry Prasetya, M.Si.

Tanggal : 13/11/19

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Peran Humas dalam Membangun Citra Perusahaan (Studi Deskriptif
pada Tayangan Program News Room Di JAKTV)
Nama : Dinda NurAyu Irtianti
Nim : 1306015037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 7 Desember 2019, dan dinyatakan LULUS.

Dr. Novi Andayani P, M.Si.

Penguji I

Tanggal : 28/1/2020

Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum

Penguji II

Tanggal : 29/1/2020

Farida Hariyati, SIP., M.I.Kom.

Pembimbing I

Tanggal : 29/1/2020

Dr. Hendry Prasetya, M.Si.

Pembimbing II

Tanggal : 31/1/20

Mengetahui,
Dekan

Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

ABSTRAK

Judul : PERAN HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN
(STUDI DESKRIPTIF PADA TAYANGAN PROGRAM NEWSROOM
DI JAKTV)

Nama : Dinda NurAyu Irtianti

NIM : 1306015037

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 118 Halaman + CXVIII Halaman + 2 Tabel + 4 Gambar

Sasaran kegiatan Hubungan Masyarakat dari sebuah organisasi bukan saja orang – orang di luar organisasi yang berkepentingan dengan organisasi itu, tetapi juga orang – orang yang berada di dalam organisasi bersangkutan. Istilah Hubungan Masyarakat salah satu bagian, divisi atau lembaga kegiatan bahkan tidak kurang pula yang menyamakan Hubungan Masyarakat itu adalah resepsionis pada sebuah kantor

Public Relations adalah kegiatan yang membangun dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat sekitar perusahaan, peran humas di Jaktv sendiri mempunyai hubungan timbal balik kepada Departemen atau Divisi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan demikian pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi melalui tradisi teknis analisis data.

Setiap organisasi atau perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan bagian Humas, keterlibatan Humas sangatlah penting untuk digunakan oleh penelitian promosi di dalam suatu perusahaan.

Stasiun Televisi Jaktv mengambil langkah untuk mendapatkan hubungan timbal balik antara bagian humas dan bagian Divisi News Room, komunikasi dua arah ini harus terus menerus dibangun untuk menentukan langkah perubahan yang mewarnai program komunikasi dan News Room.

Pola kegiatan pada peran humas Jaktv selalu menjalankan konsep program yang inovatif, informatif, edukatif, untuk dapat mengembangkan tujuan dari peran humas Jaktv sebagai pelaksana untuk rasa peningkatan yang memiliki dan mempunyai tanggung jawab pada perusahaan dan mengarahkan terciptanya citra perusahaan Jaktv pada masyarakat.

Untuk meningkatkan Peran Humas pada perusahaan, perusahaan dan manajemen selalu memberikan kesempatan pada jajaran Departemen Humas melaksanakan kegiatan training pada semua staff untuk lebih meningkatkan kreativitas serta masukan yang lebih inovatif.

Kata Kunci : Humas, Citra Perusahaan, dan Program Berita TV

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (COVER)	i
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Kontribusi Penelitian.....	9
1.5.1. Kontribusi Teoritis.....	9

1.5.2. Kontribusi Praktis.....	10
1.5.3. Kontribusi Akademis.....	10
1.5.4. Kontribusi Metodologis.....	10
1.6. Kelemahan dan Keterbatasan.....	11
1.7. Sistematika Penelitian.....	11

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Paradigma Penelitian.....	19
2.3. Hakikat Komunikasi.....	21
2.3.1. Elemen Komunikasi.....	22
2.3.2. Model Komunikasi.....	24
2.3.3. Fungsi Komunikasi.....	28
2.3.4. Konteks Komunikasi.....	29
2.4. Hubungan Masyarakat.....	31
2.4.1. Peran Hubungan Masyarakat.....	32
2.4.2. Fungsi Hubungan Masyarakat.....	34
2.4.3. Tujuan Hubungan Masyarakat.....	36
2.4.4. Tugas Hubungan Masyarakat.....	38
2.4.5. Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat.....	40

2.4.6. Publik dalam Hubungan Masyarakat.....	43
2.4.7. Model Hubungan Masyarakat.....	45
2.5. Hubungan Masyarakat Internal.....	47
2.6. Hubungan Masyarakat Eksternal.....	48
2.6.1. Pengertian Hubungan Masyarakat Eksternal.....	48
2.6.2. Kegiatan Hubungan Masyarakat Eksternal.....	49
2.7. Komunikasi Organisasi.....	51
2.7.1. Elemen Organisasi.....	52
2.7.2. Karakteristik Organisasi.....	56
2.7.3. Hambatan Komunikasi Organisasi.....	57
2.7.4. Kedudukan Humas Organisasi.....	58
2.8. Teori Informasi Organisasi.....	59
2.9. Citra.....	66
2.9.1. Proses Pembentuk Citra.....	67
2.9.2. Jenis – Jenis Citra.....	68
2.9.3. Faktor – Faktor Citra.....	69
2.10. Televisi.....	70
2.10.1 Jenis Program Televisi.....	71
2.10.2. Program Siaran News.....	72

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan, Jenis dan Metodologi Penelitian.....	76
3.1.1. Pendekatan Penelitian Kualitatif.....	76
3.1.2. Jenis Penelitian.....	77
3.1.3. Metode Penelitian.....	77
3.2. Penentuan Informan.....	78
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	79
3.4. Teknik Analisis Data.....	82
3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	83
3.5.1. Lokasi Penelitian.....	83
3.5.2. Jadwal Penelitian.....	84

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Objek Penelitian.....	85
4.1.1. Sejarah Jaktv.....	85
4.1.2. Profile Informan.....	86
4.1.3. Logo Jaktv.....	88
4.1.4. Arti Logo Jaktv.....	89
4.1.5. Visi dan Misi.....	89
4.2. Hasil Penelitian.....	90

4.2.1. Definisi Peran Humas.....	90
4.2.2. Peran Humas Di Jaktv.....	91
4.2.3. Faktor – Faktor Peran Humas yang membangun Citra Perusahaan Jaktv.....	99
4.2.4. Keterkaitan Peran Divisi Humas dengan Divisi NewsRoom.....	100
4.2.5. Keterkaitan Divisi NewsRoom dengan Reporter dan Liputan.....	103
4.2.6. Keterkaitan Divisi Programming dan NewsRoom.....	107
4.3. Pembahasan.....	108
4.4. Keterkaitan Divisi Humas sebagai peran dalam informasi organisasi.....	109
 BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	116
5.2. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	xxii
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	xxi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xxv

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sasaran kegiatan Hubungan Masyarakat dari sebuah organisasi bukan saja orang – orang di luar organisasi yang berkepentingan dengan organisasi itu, tetapi juga orang – orang yang berada di dalam organisasi bersangkutan. Istilah Hubungan Masyarakat salah satu bagian, divisi atau lembaga kegiatan bahkan tidak kurang pula yang menyamakan Hubungan Masyarakat itu adalah resepsionis pada sebuah kantor (Ropingi, 2017: 02 – 03). Dalam ilmu Hubungan Masyarakat, orang – orang di luar organisasi disebut publik eksternal. Mereka yang di dalam organisasi, antara lain para karyawan, dinamakan publik internal. Meski penggunaan istilah ini sebagai kegiatan pun ada yang berkonotasi positif seperti kegiatan untuk memperbaiki citra satu organisasi/perusahaan atau produk, dan ada pula yang berkonotasi negatif seperti menganggap *Humas* sebagai kata lain dari kebohongan yang dilakukan terhadap publik demi menjaga nama baik organisasi atau individu. Namun, semakin bermunculannya organisasi-organisasi baru yang memiliki visi dan misi yang sama terkadang membuat perusahaan baru memiliki kendala untuk membangun citra agar dapat bersaing dan mengembangkan perusahaan tersebut. Untuk itulah, mengapa Hubungan Masyarakat memiliki peran yang sangat penting di dalam perusahaan atau organisasi dalam membangun citra yang positif kepada masyarakat yang kini telah lebih maju

dimana masyarakat lebih selektif dalam mengkonsumsi jasa atau produk yang mereka inginkan.

Peran Humas adalah untuk menginformasikan maju – mundurnya perusahaan dan menginformasikan tentang fungsi dan tujuan manajemen agar opini publik dapat memahami dinamika perkembangan perusahaan yang bersifat perusahaan jasa dan produk. Peran dari pada Humas itu sendiri untuk meningkatkan atau membangun citra perusahaan agar opini publik cepat atau lambat dapat memahami perkembangan perusahaan tersebut, pada dasarnya peran Humas juga dapat meningkatkan citra perusahaan sebagai persepsi opini publik yang mengerti tentang informasi perkembangan perusahaan tersebut sebagai proses akumulasi dari masyarakat.

Cutlip dan Center dalam buku *Effective Hubungan Masyarakat* yang dikutip oleh Krisyantono (2008), peran Hubungan Masyarakat adalah :

1. Menunjang kegiatan manajemen dan juga untuk mewujudkan tujuan organisasi
2. Menciptakan komunikasi secara 2 arah yang berlangsung timbal balik dengan menyebarluaskan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyampaikan opini publik demi kepentingan umum
3. Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum
4. Membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal.

Peran Humas pada suatu perusahaan mempunyai peran dalam menginformasikan pada media yang berhubungan untuk memperoleh dukungan dan pencitraan perusahaan, pencitraan perusahaan bisa dimaknai dengan proses informasi dan peran kehumasan pada perusahaan.

Peran pencitraan juga bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan jasa atau produk, maka dalam hal ini peran kehumasan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari suatu perusahaan atau manajemen di dalam organisasi perusahaan maka, untuk meningkatkan citra perusahaan, organisasi perusahaan melalui bagian humas pada departemen humas melaksanakan komunikasi 2 arah agar fungsi dan tujuan perusahaan untuk meningkatkan pencitraan sebagai kepentingan dalam perusahaan.

Peran humas untuk menggambarkan seberapa banyaknya persepsi masyarakat terhadap perkembangan perusahaan dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk yang dihasilkan atau jasa yang dapat dirasakan dan dinikmati oleh masyarakat, dalam perkembangannya peran humas selalu dan berupaya untuk meningkatkan rasa kenyamanan pada organisasi dan manajemen sebagai perwujudan kemajuan perusahaan, untuk itu perlu pelayanan pada departemen kehumasan untuk selalu meningkatkan inovasi – inovasi tentang informasi yang positif dan akurat agar masyarakat dapat merasakannya.

Pemahaman peran humas untuk membangun citra perusahaan secara organisasi manajemen perlu diperhatikan :

1. Informasi yang jujur
2. Memberikan informasi yang akurat berlandaskan pengertian dan pemahaman yang dapat dimengerti opini publik
3. Meningkatkan inovasi – inovasi, informasi yang diinginkan oleh organisasi dan perusahaan.
4. Humas mempunyai peran di dalam perusahaan media yang berhubungan dengan informasi kepada publik atau masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik.

5. Perusahaan Media istilah Hubungan Masyarakat disebut sebagai Media Relations, yang berhubungan dengan pengelola media cetak, radio dan televisi.

Peran Humas adalah untuk menyebarluaskan informasi dan publikasi tentang kegiatan organisasi dan perusahaan. Peran Humas didalam suatu perusahaan mempunyai peran yang sangat penting untuk memberikan kontribusi terhadap citra perusahaan.

Suatu perusahaan atau organisasi yaitu, untuk meningkatkan peran citra perusahaan di mata masyarakat agar perusahaan tersebut dipandang baik oleh masyarakat dan semakin luas citra tersebut sehingga menjadi perusahaan dengan citra yang baik dan tidak diragukan oleh konsumen jika ingin mengonsumsi produk atau jasanya. Selain untuk membangun citra, PR juga turut serta menjalin hubungan dengan para *stakeholder* agar kinerja inti dari perusahaan tersebut berjalan lancar. Jika sudah mendapatkan citra yang baik di mata masyarakat dan para *stakeholders* tetapi tidak strategis dalam merencanakan program-program serta tidak membaca situasi yang terjadi di tengah-tengah masyarakat maka bukan tidak mungkin perusahaan tersebut akan gagal di tengah jalan hanya dengan tidak merencanakan program public relations dengan benar.

JakTV adalah sebuah stasiun televisi swasta lokal di Indonesia secara terestrial yang memfokuskan siarannya di wilayah DKI Jakarta, mencakup daerah Jabodetabek dan Banten. Stasiun televisi yang dimiliki oleh Mahaka Media ini menargetkan penonton primer berusia 30 tahun keatas dan penonton sekunder berusia 20 tahun keatas SES ABC1. Jak TV mengudara untuk pertama kalinya dalam bentuk siaran ujicoba pada tanggal 8 Oktober 2004, pukul 19.00 WIB di Jakarta.

Program News Room di Jaktv menayangkan informasi-informasi terkini seputar peristiwa yang terjadi di Ibukota dan seluruh Indonesia. Selain menayangkan berita akurat

dan terpercaya, program News Room juga menyuguhkan dialog yang membahas tentang isu nasional maupun lokal dengan mengundang narasumber yang berkompeten.

Dalam membangun citra Tayangan Program News Room di Jaktv, perlu peran kerjasama antara Divisi Hubungan Masyarakat, Divisi News NCA dan Divisi Program untuk Meningkatkan citra tersebut maka peran Hubungan Masyarakat dapat membuat satu penelitian terhadap penonton dan pemirsa.

Untuk membentuk citra terhadap perusahaan maka diperlukan peran khusus untuk menciptakan peran dan *strategy of public relations* dalam meningkatkan hubungan masyarakat dan manfaat profesi kehumasan melalui hasil karya gemilangnya di bidang Hubungan Masyarakat tersebut untuk mendapatkan citra positif di mata masyarakat maupun di mata *stakeholders* karena kedua unsur tersebut begitu penting dalam membangun citra. Jika masyarakat masih belum bisa menerima, peran Hubungan Masyarakat maka diperlukan perencanaan khusus untuk menjalin hubungan baik dengan masyarakat. Begitu masyarakat akan menerima dan berpandangan bahwa public relations tersebut memiliki citra yang positif.

Peran Humas dalam membangun citra tayangan News Room di JAKTV, penulis meneliti bahwa peran Hubungan Masyarakat adalah proses yang kontinu dari usaha – usaha management untuk memperoleh kemauan yang baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai dan public yang lebih luas. Bahwa Hubungan Masyarakat adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik, tentunya pada program – program tayangan News Room di JAKTV. Pada tayangan program News Room di JAKTV diperlukan peran Hubungan Masyarakat untuk terus menerus perencanaan yang dapat menciptakan pengertian antara organisasi dan publiknya, JAKTV merupakan media tayangan televisi

yang memerlukan peran Hubungan Masyarakat untuk menganalisis kecenderungan, dan memprediksi pimpinan organisasi untuk melaksanakan program yang terencana mengenai kegiatan – kegiatan yang melayani pada tayangan program pemberitaan di Jaktv.

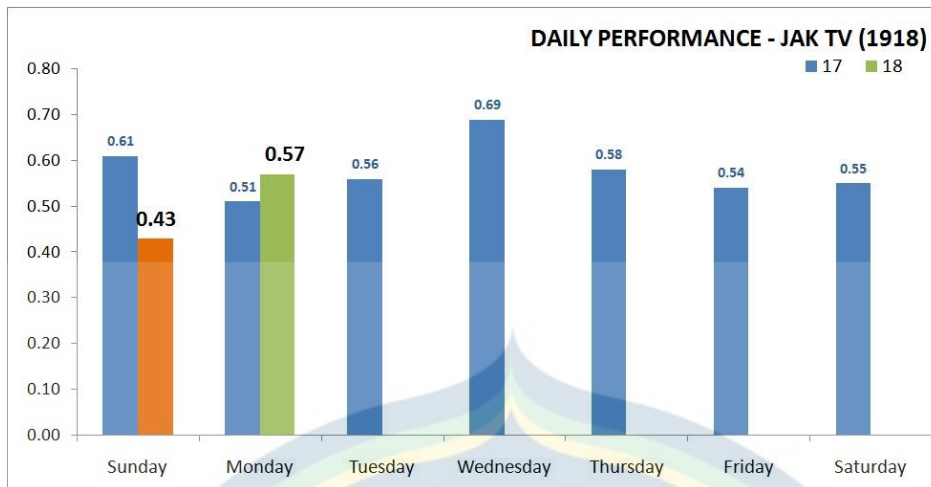
Semua hal tersebut tidak luput dari peran seorang PR yang handal karena setiap aspek yang menjadi permasalahan sangat berkaitan dengan PR. Dari mulai menciptakan citra terhadap stasiun televisi Jaktv. langkah-langkah yang di analisis dan diprediksi oleh Humas, tentunya akan menjadi peran Hubungan Masyarakat membuat citra di masyarakat dan para *stakeholders*, Untuk itu lah mengapa penulis tertarik untuk meneliti bagaimana peran PR dalam menciptakan citra terhadap stasiun televisi Jaktv pada tayangan program pemberitaan news room.

Keterkaitan program News Room dengan program Humas Jaktv, berdasarkan penjelasan dari pihak bagian Humas Jaktv.

Sebagai media televisi program News Room di Jaktv merupakan program yang perlu di publikasikan karena program News Room banyak informasi – informasi pemberitaan yang mempunyai rating cukup bagus dan informasi yang selalu ditunggu oleh pemirsa, maka peran News Room menjadi icon program pada Stasiun Jaktv.

Day of W	Date	Day Part	Variable	TVR	Share	GAP
Monday	29-Apr-19	02:00:00 - 03:00:00	RINDU TANAH SUCI (RELAY TAPING HOST) #134	0.16	4.96	4.50
		03:30:00 - 03:59:59	WARNA ISLAMI #15 RR	0.07	2.45	2.45
		04:00:00 - 04:29:59	NEWS ROOM WEEKEND "JAKARTA SEPEKAN" RR	0.10	4.17	3.84
		04:30:00 - 04:58:59	NEW JOURNEY #7 RR	0.05	2.01	1.73
		05:01:00 - 05:29:59	SENYUM QURAN #12 RR	0.01	0.18	-0.41
		05:30:00 - 05:59:59	SISTA #134 RR	0.10	1.57	1.10
		06:00:00 - 06:59:59	TAWA SUTRA #100 RR	0.10	0.94	0.70
		07:00:00 - 07:59:59	LEJEL	0.05	0.52	-0.26
		08:00:00 - 08:59:59	MNC SHOP "REWASH & INTEX SERIES 3"	0.02	0.17	-0.42
		09:00:00 - 09:59:59	LEJEL	0.01	0.14	-0.27
		10:00:00 - 10:59:59	LEJEL	0.01	0.09	-0.42
		11:00:00 - 12:00:00	DIL SE DIL TAK #39	0.04	0.38	-0.41
		13:00:00 - 13:56:59	GOGO MALL " RAHASIA SEHAT DR LASER"	0.05	0.43	0.05
		14:00:00 - 14:00:00	LOCAL HOUR #360 ZAMRUD KHATULISTIWA "JAWA 41"	0.11	0.85	0.21
		15:00:00 - 15:59:59	LEJEL	0.03	0.24	-0.40
		16:00:00 - 16:59:59	LEJEL	0.03	0.22	-0.20
		17:00:00 - 17:00:00	MENCINTAIMU MR PHOTOGRAPHER #4	0.05	0.31	-0.08
		18:00:00 - 18:00:00	NEWS ROOM TODAY #201 (LIVE)	0.09	0.45	-0.07
		19:00:00 - 19:00:00	GENERASI MECIN #17	0.11	0.47	0.04
		20:00:00 - 20:59:59	MNC SHOP "MAGIC SAW & GRAVITY CHAIR"	0.07	0.29	-0.04
		21:00:00 - 21:00:00	TAWA SUTRA #101 RR	0.15	0.70	0.52
		22:00:00 - 22:00:00	NEWS ROOM UPDATE #200 (LIVE)	0.17	0.95	0.55
		23:00:00 - 23:58:59	OBROLAN MALAM "BENTRAP -TOM EPS.10" RR	0.06	0.42	-0.41
		24:00:00 - 24:00:00	DANGDUT HOUR #75	0.03	0.32	-0.30
		24:30:00 - 24:30:00	GOKIL ABIS #222	0.02	0.35	-0.69
		25:00:00 - 25:00:00	RINDU TANAH SUCI (RELAY TAPING HOST) #135	0.02	0.36	-0.20
			JAKTV	0.07	0.57	0.06

Tabel 1.1 : Tabel Program Share Rating



Tabel 1.2. : Tabel Share Rating

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ingin penulis teliti, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana *Peran Humas dalam membangun Citra tayangan pada program News Room di Stasiun Televisi Jaktv* di mata penonton?

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini hanya berfokus pada:

Untuk Mengetahui “Peran Humas dalam membangun citra tayangan pada program News Room di Stasiun Televisi Jaktv”(STUDI DESKRIPTIF PADA TAYANGAN NEWS ROOM DI JAKTV)”

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Peran Humas Stasiun Televisi Jaktv dalam Membangun Citra tayangan pada program News Room di Jaktv (Studi deskriptif Kualitatif).

1.5 Kontribusi Penelitian

1.5.1 Kontribusi Teoritis

Penulis maupun pembaca dapat memahami bagaimana peran seorang *Public Relations* dalam meningkatkan *image tayangan pada Program News Room di Stasiun Televisi Jaktv (Studi Deskriptif Kualitatif)*. Penulis meneliti peran apa saja yang digunakan agar masyarakat dapat menilai dan memberikan respon yang positif serta menganggap keberadaan Stasiun Televisi Jaktv. Penelitian ini diharapkan mampu menambah *brand image* pada Stasiun Televisi Jaktv, dalam jurusan keilmuan di bidang program studi Ilmu Komunikasi khususnya dalam dunia *Public Relations*, serta hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan ilmiah pada jurusan Komunikasi.

1.5.2 Kontribusi Praktis

Manfaat penelitian secara praktis penayangan program pemberitaan News Room di JAKTV bagi penonton dan masyarakat ketika melihat, dan menonton tayangan program pemberitaan news room pada stasiun JAKTV.

Mendapat tayangan yang lebih baik dan kualitas program tayangan dan pemberitaan yang disukai oleh penonton dan masyarakat khususnya pada siaran di Stasiun JAKTV.

1.5.3 Kontribusi Akademis

Manfaat penelitian secara akademis penulis membuat metodologis penelitian dengan studi deksriptif kualitatif yang menggambarkan suatu situasi proses dan gejala atau obyek tertentu yang sedang diamati, untuk itu penulis akan membuat ini sebagai bahan karya ilmiah tentang peran humas dalam membangun Citra (Studi deskriptif kualitatif pada tayangan program News Room di Jaktv).

1.5.4 Kontribusi Metodologis

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha untuk memamparkan secara sistematis, terperinci, dan akurat yang berdasarkan fakta yang menyangkut masalah tayangan program pemberitaan News Room diJaktv.

Penggunaan kualitatif deskriptif dimaksudkan agar data – data yang didapat diperoleh secara mendalam, berdasarkan teknik pengumpulan data dan wawancara mendalam yang dilakukan, yang dikaji dalam wawancara dan pengumpulan data yang dilakukan yakni cara Stasiun Televisi Jaktv dalam melakukan peran Public Relations di instansi dan juga mengembalikan citra di instansi mereka.

1.6.Kelemahan dan Keterbatasan

Penelitian ini memiliki kelemahan dan keterbatasan penelitian

1. Kelemahan penelitian ini adalah peneliti

1.7.Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini terdapat latar belakang masalah mengenai kasus yang terjadi, perumusan masalah, pembatasan masalah yang akan diteliti, tujuan dilakukannya penelitian, kontribusi penelitian (kontribusi akademis, kontribusi praktis, kontribusi metodologis, dan kontribusi teoritis), kelemahan dan kelebihan dalam penelitian ini dan yang terakhir sistematika penelitian.

BAB II PEMIKIRAN

Bab II ini berisi tentang paradigma konstruktivis yang digunakan oleh peneliti, hakekat dari komunikasi (fungsi dari komunikasi, Model Komunikasi, Elemen Komunikasi, Konteks Komunikasi), Teori Peran Humas (fungsi Peran Humas, tugas Peran Humas, ruang lingkup Humas, karakteristik Peran Humas, publik dalam Peran Humas), Komunikasi Organisasi (elemen organisasi, karakteristik organisasi, kedudukan *Public*

Relations dalam organisasi, teori informasi organisasi, teori sistem), Pencitraan (jenis-jenis pencitraan, tolak ukur mencapai citra positif, citra positif dan negatif) Peran humas (Stasiun Televisi)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III berisi tentang pendekatan, jenis dan metode penelitian (pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yaitu deskriptif dan untuk metode yang digunakan yaitu studi kasus, wawancara mendalam dan observasi). Penentuan informan (untuk penelitian ini peneliti mengambil teknik *Key person*), teknik pengumpulan data (tekniknya menggunakan Wawancara mendalam, Observasi dan Studi kasus), Teknik analisis data, dan Lokasi serta Jadwal Penelitian yang dilakukan peneliti.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan, subjek penelitian, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo perusahaan, arti logo perusahaan, hasil penelitian, definisi permasalahan, pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab V berisi tentang kesimpulan penelitian, saran , dan saran akademis, penutup



Daftar Pustaka

Referensi Buku

Ruslan, Rosady, 2016. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*,

Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Morissan, 2010. *Manajemen Public Relations.*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Ishaq, El Ropingi. 2017. *Public Relations Teori & Praktik.*,

Malang : Intrans Publishing

Morissan, 2013. *Manajemen Media Penyiaran Strategy Mengelola Radio & Televisi,*

Jakarta : Kencana Prenada Media Group

Ardianto, Elvinaro Dr, 2017 *Handbook of Public Relations.*,

Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Ruslan, Rosady, 2017. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi,*

Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Williams, Raymond. 2009. *Television : Technology and Cultural Form,*

Magelang : Resist Book

Ruslan, Rosady, 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi.*

Jakarta : Rajawali Pers

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, dan R & D,*

Bandung : Alfabeta

Lattimore, dan dkk. 2010. *Public Relations Profesi & Praktik,*

Jakarta : Salemba Humanika

Hairunnisa, 2015. *Public Relations,* Bandung : Graha Ilmu

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations dan Writing,* Jakarta : Kencana

Alma, Buchari. 2008. *Public Relations sebagai pengantar,* Jakarta : Airlangga

Soemirat, Sholeh dan Elvinaro Ardianto.2006. *Dasar – Dasar Public Relations,*

Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Sumber Lain

<https://books.google.co.id/books?id=evSDDwAAQBAJ&pg=PT39&dq=theory+karl+weick&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiYIPGfw5LgAhVZU30KHVEBDNsQ6AEINDAC#v=onepage&q=theory%20karl%20weick&f=false>

Educational Leadership, Organizational Learning, and the Ideas of Karl Weick oleh Bob L Johnson, Diakses pada hari Selasa 29 Januari 2019

Pukul 15.16 WIB

<https://books.google.co.id/books?id=0KRPDwAAQBAJ&pg=PA59&dq=siaran+berita&hl=id&sa=X&ved=0ahUKEwjtpsfrsZLgAhVXU30KHcaXDDEQ6AEIKTAA#v=onepage&q=siaran%20berita&f=false>

Dasar-dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing oleh Andi Fachruddin , Diakses pada hari Selasa 29 Januari 2019

Pukul 16.05WIB

<http://perilakuorganisasi.com/karl-e-weick-teori-enactment.html>

Skripsi

Rahayu, Ira Dwi . 2014. *PERAN HUMAS DALAM RANGKA MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH DI SMK YPKK 3 SLEMAN YOGYAKARTA* Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta

<https://eprints.uny.ac.id/15278/1/SKRIPSI%20LENGKAP%20-%20IRA%20DWI%20RAHAYU.pdf>

Ambarwati, Kirana., 2009. “*Peran dan Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra (Studi Deskriptif Pada PT. (Persero) Angkasa Pura 1 Kantor Cabang Banda Udara Internasional Adisutjipto)*” Yogyakarta : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

<http://digilib.uin->

[suka.ac.id/3695/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/3695/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf)

Kadarwati Leny Apriyani,. 2011. “*PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA LEMBAGA (Studi Deskriptif Kualitatif Peran Public*

Relations RSUD Dr. Moewardi Surakarta Dalam Mempertahankan Citra Lembaga) Solo
: Universitas Muhammadiyah Surakarta

http://eprints.ums.ac.id/12716/1/halaman_depan.PDF

<http://ojs.uho.ac.id/index.php/HUMANIKA/article/view/746/pdf>

<http://e-journal.uajy.ac.id/4265/2/1KOM03925.pdf>

<http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2011-2-00705-MC%20Bab2001.pdf>

Journal

Kurnia Setiyo Rini, Sugeng Rusmiwari, Herru Prasetyo Widodo, Peran Humas dalam meningkatkan citra Universitas Tribhuwana Tungadewi. Jisip : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, ISSN. 2442 – 6962 Vol. 6 No. 1 (2017), Hal 34 – 37

Ahmad Zulfikar, Moeh Iqbal Sultan, Kahar, Peran Humas dalam meningkatkan citra Rumah Sakit Dr. Wahidin Sudihoro sebagai Rumah Sakit Berstandar

Internasional. Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 6 No. 1 Januari – Juni 2017, Hal

98