

ABSTRAKSI

Nama : Afriyanti
Nim : D0C009014
Judul : Upaya-upaya Public Relations untuk mengefektifkan peran Public Relations di TVKU Semarang

Pada dasarnya tugas dari Public Relations adalah untuk memelihara hubungan baik antara organisasi tempat ia bekerja dengan publiknya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Dr. Rex Harlow (1978) dalam bukunya yang berjudul *A Model for Public Relations Education for Professional Practices* dan dikutip kembali oleh Rosady Ruslan, "Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama. (Rosady Ruslan, 2003 : 16) Public Relations TVKU Semarang berperan untuk mengefektifkan peran Public Relations di TVKU Semarang. Pengefektifan Public Relations dilakukan untuk menciptakan citra positif perusahaan baik untuk publik internal maupun publik external.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui upaya-upaya Public Relations untuk mengefektifkan peran Public Relations di TVKU Semarang. Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, dengan menggunakan narasumber Marketing Communications yang merangkap sebagai Public Relations TVKU Semarang dan Marketing TVKU Semarang. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara dan studi pustaka, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisa deskriptif.

Dalam mengefektifkan peran Public Relations, Public Relations melakukan beberapa tahapan, antara lain fungsi Public Relations, Peran Public Relations dan Strategi Komunikasi yang dilakukan Public Relations untuk mengaktifkan publiknya. Pada tahap menjalankan fungsi Public Relations sebagai Communicator, Relationship, Back Up Manajemen dan Good Image Maker, Public Relations melakukan berbagai macam kegiatan diantaranya adalah dengan melakukan kegiatan Press Release dan CSR, melakukan kegiatan MOU, membantu dalam bidang pemasaran yaitu *branding* yang lebih kepada *relationship* dan *media partner* dan Public Relations melakukan kegiatan Publisitas untuk citra positif.

Pada tahapan peran Public Relations, Public Relations TVKU Semarang hanya menjalankan perannya sebagai Fasilitator Komunikasi (communication fasilitator) dan Proses Pemecahan Masalah (problem solving process fasilitator). Pada tahapan Strategi Komunikasi yang dilakukan Public Relations untuk mengaktifkan publiknya, Public Relations TVKU Semarang hanya terlibat dalam Pengenalan Hambatan (constrain recognition).

Saran dari penulis pada penelitian ini adalah Meningkatkan Fungsi Public Relations sebagai Communicator, Mempertahankan kegiatan Relationship dan Back Up Management, Mempertahankan Perannya sebagai Fasilitator Komunikasi dan Fasilitator Proses Pemecahan Masalah, Meningkatkan Perannya sebagai Teknisi Komunikasi, Mempertahankan Strategi Komunikasi dalam Pengenalan Hambatan dan Meningkatkan Strategi Komunikasi dalam Pengenalan Masalah dan Tingkat Keterlibatan.

Kata kunci: Fungsi Public Relations, Peran Public Relations dan Strategi Komunikasi

ABSTRACT

Name : Afriyanti
Nim : D0C009014
Title : Public Relations efforts to streamline the role of public relations in TVKU Semarang

Basically the job of Public Relations is to maintain good relations between the organization where he worked with the public. This is consistent with the theory proposed by Dr. Rex Harlow (1978) in his book *A Model for Public Relations Education for Professional Practices* and cited again by Rosady Ruslan, "Public Relations is a management function and support the development of a distinctive, maintenance along the path between the organization and its publics, regarding communication activities, understanding, acceptance, and cooperation. (Rosady Ruslan, 2003 : 16) Public Relations TVKU Semarang serve to streamline the role of Public Relations in TVKU Semarang. Improve the effectiveness of Public Relations done to create a positive image for public companies internal and external public.

The purpose of this study was to determine the Public Relations efforts to streamline the role of Public Relations in TVKU Semarang. Type of research is descriptive research, using sources which doubles as a Marketing Communications Public Relations and Marketing TVKU TVKU Semarang Semarang. Sources of data obtained from primary and secondary data. Techniques used in data collection were interviews and literature, while the techniques of data analysis using descriptive analysis.

In effecting the role of Public Relations, Public Relations perform some steps, such as the functions of Public Relations, The Role of Public Relations and Strategic Communications Public Relations conducted to enable public. At this stage of the Public Relations function as Communicator, Relationship, Back Up Management and Good Image Maker, Public Relations perform a variety of activities such as the conduct of activities and CSR Press Release, MOU activities, assist in marketing the branding is more to the relationship and media partners and Public Relations Publicity activities for positive image.

At this stage the role of Public Relations, Public Relations TVKU Semarang only perform its role as a facilitator of Communication (communication facilitators) and Problem-Solving Process (problem solving process facilitator). At the stage of Communication Strategy undertaken to enable the public Public Relations, Public Relations TVKU Semarang was only involved in Introduction Barriers (constraint recognition).

Advice from the author on the study is Improving Function as Public Relations Communicator, Maintaining activity and Back Up Relationship Management, Maintaining his role as a facilitator of Communication and Problem-Solving Process Facilitator, Improving his role as a Communications Technician, Maintaining Communication Strategies in the Introduction Barriers and Improving Communication Strategies in introduction Problems and level involvement

Keyword: The role of Public Relations, Public Relations functions and Communication Strategies