

**POLA KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ANTARA
CREATIVE DENGAN PRODUSER UNTUK MENSUKSESKAN
PROGRAM ACARA KONTES DANGDUT INDONESIA 2020
DI MNC TV TANPA PENONTON DI STUDIO DI ERA
PANDEMI**

SKRIPSI



Nama : Agi Prawita Ginsu
NIM : 1671505228
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcast Journalism*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2020/2021**

**POLA KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ANTARA
CREATIVE DENGAN PRODUSER UNTUK MENSUKSESKAN
PROGRAM ACARA KONTES DANGDUT INDONESIA 2020
DI MNC TV TANPA PENONTON DI STUDIO DI ERA
PANDEMI**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

Nama : Agi Prawita Ginsu
NIM : 1671505228
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcast Journalism*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2020/2021**

ABSTRAK

POLA KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ANTARA *CREATIVE* DENGAN PRODUSER UNTUK MENSUKSESKAN PROGRAM ACARA KONTES DANGDUT INDONESIA 2020 DI MNC TV TANPA PENONTON DI STUDIO

Proses produksi sebuah program acara televisi membutuhkan persiapan yang matang oleh setiap kru, termasuk juga oleh *Creative* dan Produser yang merupakan salah satu peranan penting dalam sebuah produksi. Untuk menghasilkan acara yang sukses maka diperlukan komunikasi antar pribadi yang bagus, agar terhindar dari kesalahpahaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi antar pribadi antara *Creative* dan Produser untuk mensukseskan program acara KDI 2020 tanpa penonton di studio, maka penulis menggunakan konsep Jendela Johari Window yang mana terdapat 4 area kepribadian yaitu daerah terbuka, daerah tertutup, daerah buta dan daerah tak dikenal, peneliti menentukan informan sesuai kriteria yang ditentukan oleh penulis. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang terjalin lebih berfokus pada area terbuka bahwa keterbukaan diri mempengaruhi keberhasilan seseorang, di mana yang terjadi di sini adalah keberhasilan untuk mensukseskan sebuah program acara karena di masa pandemi seperti ini *Creative* dan Produser lebih efektif menggunakan komunikasi antar pribadi sehingga jika terjadi masalah di lapangan dapat langsung didiskusikan dan segera dicari jalan keluarnya pada area terbuka. *Creative* dan Produser sama-sama berfokus pada tujuan pekerjaannya untuk mensukseskan program KDI 2020.

Kata Kunci: Komunikasi Antar pribadi, *Creative*, Produser

ABSTRACT

PERSONAL COMMUNICATION PATTERNS BETWEEN CREATIVES AND PRODUCERS TO SUCCEED THE KONTES DANGDUT INDONESIA PROGRAM 2020 ON MNC TV WITHOUT AUDIENCE IN STUDIO

The production process of a television program requires careful preparation by the production process of a television program requires careful preparation by each crew, including the Creative and Producer, which is one of the important roles in a production. To produce a successful event, good interpersonal communication is needed, in order to avoid misunderstandings. This study aims to find out how the pattern of interpersonal communication between Creatives and Producers is to make the KDI 2020 program a success without an audience in the studio, the authors use the Johari Window concept where there are 4 personality areas, namely open areas, closed areas, blind areas and unknown areas, The researcher determines the informants according to the criteria determined by the author. This research approach uses qualitative descriptive, qualitative method and uses constructivism paradigm. The results of this study indicate that the established communication focuses more on open areas that self-disclosure affects one's success, where what happens here is the success of an event program, because during a pandemic like this, Creatives and Producers are more effective at using interpersonal communication so that if a problem occurs in the field, it can be discussed and a solution is immediately sought in Creative open areas and the producer is equally focused on the goal of his work to make the KDI 2020 program a success.

Keyword: Personal Communication, Creative, Producer



LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Agi Prawita Ginsu
Nomor Induk Mahasiswa	: 1671505228
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi	: Strata 1
Judul	: POLA KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ANTARA CREATIVE DENGAN PRODUSER DALAM MENSUKSESKAN PROGRAM ACARA KONTES DANGDUT INDONESIA 2020DI MNC TV TANPA PENONTON DI STUDIO DI ERA PANDEMI



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 22 Juli 2021

Tim Penguji:

Ketua	: Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn
Anggota	: Harningsih, S.I.Kom., M.I.Kom
Pembimbing	: Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D
Ketua Program Studi	: Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIK	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Aspek Teoritis	7
1.4.2 Aspek Praktis	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	 9
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Komunikasi Antar pribadi antara Produser dengan Tim Kreatif dalam Produksi Program Stand Up Comedy Indonesia di Kompas TV	9
2.1.2 Komunikasi Antar pribadi dan Peningkatan Kualitas Kerja Karyawan (Studi Deskriptif Peranan Komunikasi Antar pribadi Team Leader pada PT. Infomedia Medan Terhadap Peningkatan Kualitas Kerja Caroline Officer)	9
2.1.3 Komunikasi Antar Pribadi Alvin Adam dengan Narasumber Just Alvin Melalui “Jurnalisme Rasa”	10
2.2 Kerangka Teoritis.....	13
2.2.1 Komunikasi Antar pribadi.....	14
2.2.2 Jenis-jenis Komunikasi Antar pribadi.....	15
2.2.3 Ciri-ciri Komunikasi Antar pribadi	16
2.2.4 Tujuan Komunikasi Antar pribadi	17
2.2.5 Fungsi Komunikasi Antar pribadi	19
2.2.6 Efektivitas Komunikasi Antar pribadi.....	19
2.2.7 Teori Penyingkapan Diri Johari Window	22
2.2.8 Ciri-ciri Penyingkapan Diri	25
2.2.9 Media Massa.....	25
2.2.10 Bentuk-bentuk Media Massa	26
2.2.11 Televisi	27

2.2.12	Sejarah Perkembangan Televisi.....	27
2.2.13	Jenis-jenis Penyiaran Televisi	27
2.2.14	Karakteristik Televisi	28
2.2.15	Jenis-jenis Program Televisi.....	29
2.3	Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1	Paradigma Penelitian	36
3.2	Pendekatan Penelitian.....	39
3.3	Metode Penelitian	40
3.4	Subjek dan Objek Penelitian.....	41
3.4.1	Subjek Penelitian.....	41
3.4.2	Objek Penelitian.....	41
3.5	Definisi Konsep	42
3.6	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6.1	Data Primer	44
3.7	Teknik Analisis Data	46
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
3.8.1	Lokasi Penelitian.....	47
3.8.2	Waktu Penelitian	47
3.9	Validitas Data	47
3.10	Triangulasi	48
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian	50
4.1.1	Biografi MNC TV.....	50
4.1.2	Visi dan Misi	51
4.1.3	Program Kontes Dangdut Indonesia 2020	52
4.1.4	Struktur Organisasi	54
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Area terbuka (<i>Open Area</i>) Komunikasi Antar pribadi antara Produser dengan Kreatif program KDI	56
4.2.2	Area Tertutup (<i>Hidden Area</i>) Komunikasi Antar pribadi antara Produser dengan Kreatif program KDI	59
4.2.3	Area Buta (<i>Blind Area</i>) Komunikasi Antar pribadi Antara Produser dengan Kreatif program KDI	60
4.2.4	Area Tak Dikenal (<i>Unknown Area</i>) Komunikasi Antar pribadi Antara Produser dengan Kreatif program KDI.....	62
4.3	Pembahasan	63

BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	71
5.1	Simpulan.....	71
5.2	Saran	72
5.2.1	Saran Teoritis	72
5.2.2	Saran Praktis	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tinjauan Perbandingan Penelitian Sejenis Terdahulu Dengan Penelitian Yang Dilakukan	11
Tabel 3.1	Paradigma Ilmu Sosial	37
Tabel 4.2.1	Area Terbuka.....	58
Tabel 4.2.2	Area Tertutup	60
Tabel 4.2.3	Area Buta	61
Tabel 4.2.4	Area Tak Dikenal	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Program Acara Harian KDI 2020 di MNC TV	5
Gambar 2.1	Teori Johari Window.....	22
Gambar 4.1	Logo MNC TV	50
Gambar 4.2	Poster Program KDI	52
Gambar 4.3	Struktur Organisasi Program KDI 2020.....	54
Gambar 4.4	Komunikasi Antara <i>Creative</i> Dan Produser Melalui <i>Whatsapp Group</i>	67
Gambar 4.5	Situasi <i>Meeting</i> Tatap Muka	68

DAFTAR PUSTAKA

- Afdjani, Hadiono. 2013. Ilmu Komunikasi : Proses & Strategi. Tangerang : Empat Pena Publishing.
- Bagong, Suyanto dan Sutinah. 2006. Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan. Jakarta: Prenada Media Group Budyatna,
- Cangara, Hafied. 2006. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Devito, Joseph. A. 2011. Komunikasi Antarmanusia. Pamulang Tangerang Selatan : Karisma Publishing Group.
- Dewi, Liza Dwi Ratna. 2008. Teori Komunikasi: Pemahaman dan Penerapan. Jakarta : Renata Pratama Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Emzir. 2012. Metodologi Penelitian Pendidikan:Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fachruddin, Andi. 2012. Dasar-Dasar Produksi Televisi: Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter, dan Teknik Editing. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Junaedi, Fajar. 2013. Jurnalisme Penyiaran dan Reportase Televisi. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, Lexy J. 2004. Metodologi Penelitian Kualitatif . Bandung : Remaja Rosdakarya.

Morrison. 2011. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Muhammad. 2011. Teori Komunikasi Antar pribadi Sebuah Pengantar. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Mulyana, Deddy. 2004. Komunikasi Efektif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Psikologi Komunikasi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2014. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.

Suryawati, Indah. 2011. Jurnalistik Suatu Pengantar Teori dan Praktik. Bogor : Ghalia Indonesia.

Vera, Nawiroh. 2010. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Renata Pratama Media.

W.Littlejohn, Stephen. 2011. Teori Komunikasi. Jakarta : Salemba Humanika.

Sumber Media Online:

www.google.com

www.komunikasipraktis.com

www.mnctv.com

Sumber Tugas Akhir

Ayu Tri Andini. 2014. Komunikasi Antar pribadi antara Produser dengan Tim Kreatif dalam Produksi Program Stand Up Comedy Indonesia di Kompas TV. Program Sarjana Universitas Bina Nusantara: Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

Peni Eliyana. 2006. Komunikasi Antar pribadi dan Peningkatan Kualitas Kerja Karyawan (Studi Deskriptif Peranan Komunikasi Antar pribadi Team Leader pada PT. Infomedia Medan Terhadap Peningkatan Kualitas Kerja Caroline Officer). Program Sarjana Universitas Sumatera Utara : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

Mela Listiyanty Rohadi. 2014. Komunikasi Antar Pribadi Alvin Adam dengan Narasumber Just Alvin Melalui “Jurnalisme Rasa”. Program Sarjana Universitas Islam Bandung : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

Entry Kartu Bimbingan Tugas Akhir



NIM : 1671505228

Nama Mahasiswa : Agi Prawita Ginsu

Dosen Pembimbing : Denik Iswardani Witarti

Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ANTARA CREATIVE DENGAN PRODUSER DALAM MENSUKSESKAN PROGRAM ACARA KONTES DANGDUT INDONESIA 2020 DI MNC TV TANPA PENONTON DI STUDIO DI ERA PANDEMI

Hari / Tanggal / Jam : 27/08/2021 03:17

Isikan Materi :

SIMPAN

Kartu Bimbingan Mahasiswa

No	Tanggal	Materi	Action
1	29-MAR-2021 15:21:00	Membahas masalah penelitian.	EDIT DELETE
2	15-APR-2021 10:22:00	Diskusi masalah perubahan perusahaan yang akan diteliti.	EDIT DELETE
3	23-APR-2021 11:22:00	Konsultasi Bab 1-3	EDIT DELETE
4	27-MAY-2021 11:00:00	Revisi Bab 1-3	EDIT DELETE
5	03-JUN-2021 11:11:00	Konsultasi hasil wawancara	EDIT DELETE
6	18-JUN-2021 12:25:00	Revisi Bab 4	EDIT DELETE
7	22-JUN-2021 11:25:00	Konsultasi bagian pembahasan	EDIT DELETE
8	28-JUN-2021 10:21:00	Revisi Bab 1-4	EDIT DELETE
9	29-JUN-2021 11:27:00	Menyerahkan Bab 1-5 lengkap	EDIT DELETE
10	06-JUL-2021	acc untuk submit	EDIT DELETE

12:20:00

**MANAJEMEN PRODUKSI DALAM PENGELOLAAN
KUALITAS PROGRAM SALAM OLAHRAGA DI LEMBAGA
PENYIARAN PUBLIK (LPP) TELEVISI REPUBLIK
INDONESIA (TVRI)**

SKRIPSI



Nama : Agus Arianto
Nim : 1671501151
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcast Journalism*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

**MANAJEMEN PRODUKSI DALAM PENGELOLAAN
KUALITAS PROGRAM SALAM OLAHRAGA DI LEMBAGA
PENYIARAN PUBLIK (LPP) TELEVISI REPUBLIK
INDONESIA (TVRI)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Nama : Agus Arianto
Nim : 1671501151
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Kosentrasi : *Broadcast Journalism*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

ABSTRAK

Manajemen Produksi Dalam Pengelolaan Kualitas Program Salam Olahraga Di Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Televisi Republik Indonesia (TVRI)

Manajemen dalam sebuah organisasi sangat penting karena manajemen sebagai alat untuk mengawasi dan mengontrol setiap anggotanya dalam bertindak tentu dalam perindustrian televisi mengenai proses produksi terdapat pengendalian manajemen yang dilakukan atasan kepada bawahan hal ini dilakukan supaya proses produksi dalam suatu program berjalan dengan lancar. Terjadinya kedisiplinan dalam bekerja satu dengan yang lain sehingga menghasilkan hasil yang baik dan itu akan berdampak kepada kualitas program itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Manajemen Dalam Pengelolaan kualitas Program “Salam Olahraga”. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana manajemen dalam pengelolaan program Salam Olahraga. Teori yang peneliti gunakan untuk mendapatkan sebuah data, peneliti menggunakan kendali organisasi yang dipaparkan oleh Loril M Gossett. Penelitian ini dilakukan dengan paradigma *Post-positivisme* dengan pendekatan Kualitatif dan melalui metode deskriptif. Subyek penelitian yaitu Manager, Produser, dan Reporter, obyek penelitian Program Salam Olahraga di Lembaga Penyiaran Publik (LPP) TVRI. Pengumpulan data diperoleh dengan melakukan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen pada program Salam Olahraga mampu mengendalikan bawahannya dengan 5 kendali organisasi dilihat dari ketertiban dan kedisiplinan karyawan yang sangat bekerja secara tim untuk menghasilkan sebuah hasil yang baik. Hal ini bisa tercapai karena pengawasan melalui kendali sederhana, birokrasi, kultural, konsertif dan teknis. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah dari Lima Kendali Organisasi fungsi manajemen yang dikatakan Loril M Gossett bahwa Manajemen Produksi Program Salam Olahraga mempunyai aturan-aturan untuk mendisplinkan karyawan dalam proses produksi kemudian mengatur beberapa tindakan disipliner (imbalance atau hukuman kepada karyawannya, memberikan peralatan yang mendukung, dan pelatihan-pelatihan terhadap karyawan, menerapkan kerja secara tim sehingga memudahkan sebuah pekerjaan satu dengan yang lain, mempunyai sikap yang proaktif terhadap bawahan untuk mengetahui permasalahan yang ada, serta pengawasan yaitu mengevaluasi kepada semua tim pada saat rapat redaksi.

Kata Kunci : Manajemen, Kendali Organisasi, Program

ABSTARCK

production management in managing the quality of sports greeting programs in public broadcasting institutions (LPP) Television Republic Indonesia (TVRI)

Management in an organization is very important because management as a tool to supervise and control each of its members in acting, of course in the television industry regarding the production process there is management control that is carried out by superiors to subordinates, this is done so that the production process in program quality runs smoothly. with others so as to produce good results and that will have an impact on the quality of the program itself. This researcher aims to find out Management in Quality Management of the "Salam Sports" Program. The formulation of the problem in this research is how is the management in managing the Salam Sport program. The theory that the researcher uses to obtain a research data uses organizational control described by Loril M Gossett. This research was conducted using the Post-positivism paradigm with a qualitative approach and through a descriptive method. The research subjects are Manager, Producer, and reporter, the object of research is the Salam Sport Program at the TVRI Public Broadcasting Institute (LPP). Data collection was obtained by conducting interviews. The results of this study indicate that the management of the Salam Sports program is able to control their subordinates with 5 organizational controls seen from the order and discipline of employees who work very well in teams to produce good results. This can be achieved because supervision is through simple, bureaucratic, cultural, conservative and technical controls. The conclusion in this study is from the Five Control Organizations of management functions that Loril M Gossett said that the Salam Sports Program Production Management has rules to discipline employees in the production process and then arranges several disciplinary actions (rewards or punishments to employees, provides supporting equipment and training -training employees, implementing team work so as to facilitate one another's work, having a proactive attitude towards subordinates to find out existing problems, as well as supervision, namely evaluating all teams at editorial meetings.

Keywords: Management, Organizational Control, Program



LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Agus Arianto
Nomor Induk Mahasiswa	: 1671501151
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi	: Strata 1
Judul	: MANAJEMEN PRODUKSI DALAM PENGELOLAAN KUALITAS PROGRAM SALAM OLAHRAGA DI LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK (LPP) TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI)



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 22 Juli 2021

Tim Penguji:

Ketua	: Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si
Anggota	: Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom
Pembimbing	: Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D
Ketua Program Studi	: Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR.....	3
DAFTAR TABEL	4
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Peneliti Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen Produksi Siaran Harmoni Pagi Pada Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Manajemen Produksi Dalam Meningkatkan Kualitas Program Kampung Melayu <i>Hangout</i> di Riau TV ...	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Manajemen Produksi Program “Aiman” Di Kompas TV	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Manajemen Produksi Dalam Pengelolaan Kualitas Program Salam Olahraga Di Lembaga Penyiaran Publik (LPP) Televisi Republik Indonesia (TVRI).	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Komunikasi Massa	Error! Bookmark not defined.
2.2.1.1 Ciri-Ciri Komunikasi Massa ..	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.2. Fungsi Komunikasi Massa	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Media Massa.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.1 Fungsi Media Massa Dalam Komunikasi Massa	Error! Bookmark not defined.
2.2.2.2 Karakteristik Media Massa.....	Error! Bookmark not defined.

2.2.3	Televisi	Error! Bookmark not defined.
2.2.3.1	Karakteristik Televisi	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Program Televisi	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.1	Jenis Program Televisi	Error! Bookmark not defined.
2.2.5	Manager Program	Error! Bookmark not defined.
2.2.5.1	Tugas Manager Program .	Error! Bookmark not defined.
2.2.6	Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.2.6.1	Karakteristik Manajemen	Error! Bookmark not defined.
2.2.7	Teori Kendali Organisasi.	Error! Bookmark not defined.
2.3	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1	Paradigma Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4	Subyek Dan Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5	Difinisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Manajemen	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Produksi	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Program Berita Salam Olahraga....	Error! Bookmark not defined.
3.5.4	Manager	Error! Bookmark not defined.
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Wawancara	Error! Bookmark not defined.
3.6.1.1	Observasi	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Data Primer.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Analisa Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Lokasi Dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.9	Validitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.10	Triangulasi	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Masa Era Reformasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Logo TVRI.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Visi dan Misi TVRI.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Struktur Organisasi TVRI	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.

_____	4.4.1	Kendali Sederhana yang di lakukan Manager Salam Olahraga	Error! Bookmark not defined.
_____	4.4.2	Kendali Teknis Yang Dilakukan Manager Salam Olahraga	Error! Bookmark not defined.
_____	4.4.3	Kendali Birokrasi Yang Dilakukan Manager Salam Olahraga	Error! Bookmark not defined.
_____	4.4.4	Kendali Kultural Yang Dilakukan Manager Salam Olahraga	Error! Bookmark not defined.
_____	4.4.5	Kendali Konsertif Yang Dilakukan Manager Salam Olahraga	Error! Bookmark not defined.
_____	4.5	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V		KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
_____	5.1	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
_____	5.2	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
_____	5.2.1	Teoritis	Error! Bookmark not defined.
_____	5.2.2	Praktis	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA			
LAMPIRAN			

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data Kualitas Siaran Berita Januari-Maret 2019.	Error! Bookmark not defined.
Gambar 1. 2	Tampilan Program Salam Olahraga	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 1	Logo kedelapan TVRI	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2	Struktur Divisi Pemberitaan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3	Struktur Program Salam Olahraga..	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
---------------------------------------	-------------------------------------

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen Fungsi-proses-pengendalian. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anggito. 2018. Metode Penelitian Kualitatif. Sukabumi: CV Jejak.
- Ansori, Muslich. 2009. Metode Penelitian Kualitatif. Surabaya: Unair
- Ari Nugroho, Dian. 2017. Pengantar Manajemen untuk Organisasi Bisnis, Public, dan Nirlaba. Malang: UB Press.
- Bungin, Burhan. 2006. Kontruksi Media MassaI. Jakarta: Kencana Pengarang
- Cangara, Hafied. Pengantar Ilmu KomunikasiI. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Darmastuti, Rini. 2012. Media RelationI. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Fachruddin, Andi. 2016. Manajemen Pertelevisian Modern. Jakarta: CV Andi Offset.
- Ishak, Saidulkarmain. 2014. Jurnalisme Modern. Jakarta: PT.Elex Media Kompetindo.
- Hatujoti, M Yayat. 2015. Dasar-Dasar Manajemen.Jakarta: PT. Grasindo
- Kriyantono, Rakhmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Prenada Media Group
- Littlejohnn, dan A Foss, Karen. 2016. Teori Komunikasi. Jakarta: PT. Salema Humaika.
- Muyana, Deddy.2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Morissan. 2008. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi. Jakarta : Kencana Preneda Media Group.
- Moleong, J.Lexy. 2016. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Putra, Nusa. 2012. Penelitian Kualitatif: Proses dan Aplikasi. Jakarta: PT.Indek

- Romli, Khomsahrial. 2016. Komunikasi Massa. Jakarta: PT Grasindo
- Salim, Agus. 2015. Teori dan Paradigma Penelitian Sosial. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya
- Soenarto, RM. 2007. Programa Televisi, Jakarta: FFTV-IKJ Press
- Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: CV Alfabeta
- Vera, Nawiro. 2016. Komunikasi Massa. Bogor: Ghalia Indonesia
- Vera, Nawiroh. 2010. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Renata Pratama Media.
- Wijayanto, Dian. 2016. Pengantar Manajemen. Jakarta: PT.Gramedia Utama Pustaka
- Yusuf, A.Muri. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana

Sumber Skripsi

- Devita Agnesti Yolanda. 2021. Manajemen Produksi Siaran Harmoni Pagi Pada Radio Aditya 87,6 FM Pekanbaru.
- Fajar Kurnia Ilahi. 2018. Manajemen Produksi Dalam Meningkatkan Kualitas Program Kampung Melayu *Hangout* di Riau TV.
- Puput Andriansyah. 2018. Manajemen Produksi Program “Aiman” Di Kompas TV

Sumber Website

- TVRI “Sejarah Televisi Republik Indonesia, artikel diakses pada tanggal 2 Juni 2021 dari <http://tvri.go.id/> Dokumen Pribadi LPP TVRI 2021

www.tvri.go.id

Entry Kartu Bimbingan Tugas Akhir



NIM : 1671501151

Nama Mahasiswa : Agus Arianto

Dosen Pembimbing : Denik Iswardani Witarti

Judul Skripsi : MANAJEMEN PRODUKSI DALAM PENGELOLAAN KUALITAS PROGRAM SALAM OLAHRAGA DI LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK (LPP) TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI)

Hari / Tanggal / Jam : 27/08/2021 03:14

Isikan Materi :

SIMPAN

Kartu Bimbingan Mahasiswa

No	Tanggal	Materi	Action
1	29-MAR-2021 10:14:00	Review fokus & masalah penelitian	EDIT DELETE
2	15-APR-2021 09:14:00	Konsultasi Bab 1-3	EDIT DELETE
3	24-APR-2021 11:15:00	Revisi Bab 1-3	EDIT DELETE
4	07-JUN-2021 11:30:00	Revisi Bab 3	EDIT DELETE
5	14-JUN-2021 11:17:00	Konsultasi hasil penelitian	EDIT DELETE
6	19-JUN-2021 11:45:00	Menyerahkan Bab 1-4	EDIT DELETE
7	02-JUL-2021 10:00:00	Konsultasi bagian pembahasan	EDIT DELETE
8	05-JUL-2021 11:19:00	Menyerahkan Bab 1-5 lengkap	EDIT DELETE
9	06-JUL-2021 11:15:00	Revisi bagian kesimpulan	EDIT DELETE
10	07-JUL-2021 11:20:00	acc untuk submit	EDIT DELETE

**IMPLEMENTASI *THREE WAYS STRTEGY* PT. AEROCOM
GLOBAL SEJAHTERA DALAM KEGIATAN *MARKETING*
PUBLIC RELATIONS DI MASA PANDEMI *COVID-19***

SKRIPSI



Nama	: Aviva Monica
NIM	: 1771502141
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: <i>Public Relations</i>

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

**IMPLEMENTASI *THREE WAYS STRTEGY* PT. AEROCOM
GLOBAL SEJAHTERA DALAM KEGIATAN *MARKETING*
PUBLIC RELATIONS DI MASA PANDEMI *COVID-19***



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Nama	: Aviva Monica
NIM	: 1771502141
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: <i>Public Relations</i>

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *THREE WAYS STRATEGY* PT. AEROCOM GLOBAL SEJAHTERA DALAM KEGIATAN *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DI MASA PANDEMI *COVID-19*

PT. Aerocom Global Sejahtera adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang alat penunjang kesehatan khususnya rumah sakit. Walaupun rumah sakit menjadi garda terdepan di masa pandemi *Covid-19*, perusahaan tidak luput dari kerugian yang menyebabkan penurunan omzet dan *cash flow* yang terganggu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kegiatan *Marketing Public Relations* PT. Aerocom Global Sejahtera di masa pandemi *Covid-19* berdasarkan konsep *three ways strategy* yaitu *pull strategy* (strategi menarik), *push strategy* (strategi mendorong), dan *pass strategy* (strategi membujuk). Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah bagaimana implementasi *three ways strategy* PT. Aerocom Global Sejahtera dalam kegiatan *Marketing Public Relations* di masa pandemi *Covid-19*. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitiannya adalah *Marketing Public Relations* PT. Aerocom Global Sejahtera. Pengumpulan data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Konsep yang digunakan penelitian ini adalah *Three Ways Strategy* oleh Thomas L. Harris. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di masa pandemi *Covid -19* PT. Aerocom Global Sejahtera tetap mengikuti kegiatan *Marketing Public Relations* yang sesuai dengan konsep *three ways strategy*. *Pull strategy* melalui *personal selling*, publikasi media sosial, website, mengikuti kegiatan pameran, pemberian diskon, menjalin hubungan baik dengan klien lama, dan menjaga kualitas produk dan mutu pelayanan. *Push strategy* melalui persiapan *team marketing* dalam menyusun strategi promosi, pengelolaan media sosial perusahaan, dan mempersiapkan *team* teknis perusahaan. *Pass strategy* melalui kegiatan sosial. Kesimpulan penelitian ini adalah PT. Aerocom Global Sejahtera telah melakukan kegiatan *Marketing Public Relations* sesuai dengan konsep *three ways strategy*. Saran teoritis adalah penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya terkait kegiatan *Marketing Public Relations*, konsep *three ways strategy*, dan pengembangan bagi ilmu pengetahuan *Public Relations*. Saran praktis adalah diharapkan perusahaan dapat lebih aktif melakukan publikasi melalui media sosial, memiliki divisi *Marketing Public Relations*, mengikuti lebih dari satu kegiatan pameran, mengembangkan kegiatan sosial lebih baik lagi, serta memperluas kegiatan *Marketing Public Relations* sehingga angka penjualannya terus mengalami peningkatan mengingat pandemi *Covid-19* yang belum juga usai sampai dengan saat ini.

Kata Kunci: Strategi, *Marketing Public Relations*, *Three Ways Strategy*

ABSTRAK

IMPLEMENTATION OF THREE WAYS STRATEGY PT. AEROCOM GLOBAL SEJAHTERA IN MARKETING PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES DURING COVID-19 PANDEMIC

PT. Aerocom Global Sejahtera is a company engaged in the field of health support equipment, especially hospitals. Even though hospitals are at the forefront of the Covid-19 pandemic, the company is not spared from losses that have caused a decrease in turnover and disrupted cash flow. This study aims To analyze the activities of Marketing Public Relations of PT. Aerocom Global Sejahtera during the Covid-19 pandemic was based on the concept of a three-way strategy, namely pull strategy, push strategy, and pass strategy. The research question posed is how the implementation of three ways strategy PT. Aerocom Global Sejahtera in Marketing Public Relations activities during Covid-19 pandemic. The research approach used qualitative with qualitative descriptive methods. The research subject is the Marketing Public Relations of PT. Aerocom Global Sejahtera. Data collection obtained through interviews, observation and documentation. The concept used in this study is the Three Ways Strategy by Thomas L. Harris. The results of this study indicate that during the Covid-19 pandemic PT. Aerocom Global Sejahtera continues to participate in Marketing Public Relations activities in accordance with the three ways strategy concept. Pull strategy through personal selling, social media publications, websites, participating in exhibitions, giving discounts, establishing good relationships with old clients, and maintaining product quality and service quality. Push strategy through preparation of the marketing team in preparing promotional strategies, managing corporate social media, and preparing the company technical team. Pass strategy through social activities. The conclusion of this research is PT. Aerocom Global Sejahtera has carried out Marketing Public Relations activities in accordance with the concept of three ways strategy. The theoretical suggestion are that this research can be used as a reference for further research related to Marketing Public Relations activities, the concept of three ways strategy, and the development of Public Relations science. Practical advice is that can company is expected to be more active in publishing through social media, has a Marketing Public Relations division, participate in more than one exhibition activity, is developing better social activities, expanding its Marketing Public Relations activities so that sales figures continue to increase, given the Covid-19 pandemic which has not ended until now.

Key Word: Strategy, Marketing Public Relations, Three Ways Strategy



LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Aviva Monica
Nomor Induk Mahasiswa	: 1771502141
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Jenjang Studi	: Strata 1
Judul	: IMPLEMENTASI THREE WAYS STRATEGY PT. AEROCOM GLOBAL SEJAHTERA DALAM KEGIATAN MARKETING PUBLIC RELATIONS DI MASA PANDEMI COVID-19



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 22 Juli 2021

Tim Penguji:

Ketua	: Doddy Wihardi, S.I.P, M.I.Kom
Anggota	: Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si
Pembimbing	: Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D
Ketua Program Studi	: Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRAK</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu	10
2.2. Kerangka Teoritis	14
2.2.1. Strategi <i>Public Relations</i>	14
2.2.2. Pengertian <i>Public Relations</i>	15
2.2.2.1. Fungsi <i>Public Relations</i>	17
2.2.2.2. Peran <i>Public Relations</i>	18
2.2.2.3. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	19
2.2.3. <i>Marketing Public Relations</i>	20
2.2.3.1. Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	22
2.2.3.2. Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	23
2.2.3.3. Manfaat <i>Marketing Public Relations</i>	24
2.2.3.4. Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i>	25
2.2.4. Konsep <i>Three Ways Strategy</i>	26
2.2.4.1. <i>Pull Strategy</i> (Strategi Menarik)	27
2.2.4.2. <i>Push Strategy</i> (Strategi Mendorong)	28
2.2.4.3. <i>Pass Strategy</i> (Strategi Membujuk)	28
2.3. Kerangka Berpikir	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Paradigma Penelitian	31
3.2. Pendekatan Penelitian	33
3.3. Metode Penelitian	34
3.4. Subjek dan Objek Penelitian	35
3.4.1. Subjek Penelitian	35
3.4.2. Objek Penelitian	37
3.5. Definisi Konsep	38
3.5.1. Strategi <i>Public Relations</i>	38
3.5.2. <i>Public Relations</i>	38
3.5.3. <i>Marketing Public Relations</i>	38
3.5.4. Konsep <i>Three Ways Strategy</i>	38
3.6. Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1. Data Primer	39
3.6.2. Data Sekunder	40
3.7. Teknik Analisa Data	40
3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
3.8.1. Lokasi Penelitian.....	41
3.8.2. Waktu Penelitian.....	41
3.9. Validitas Data	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 44
4.1. Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian	44
4.1.1. Sejarah Aerocom Global Sejahtera	44
4.1.2. Visi dan Misi	48
4.1.3. Struktur Organisasi	49
4.1.4. Jenis-Jenis Alat	50
4.2. Hasil Penelitian	53
4.2.1. Implementasi <i>Pull Strategy</i>	54
4.2.1.1. <i>Personal Selling</i>	54
4.2.1.2. Publikasi Media Sosial dan Website	57
4.2.1.3. Mengikuti Kegiatan Pameran	61
4.2.1.4. Pemberian Diskon	63
4.2.1.5. Menjalin Hubungan Baik dengan Klien Lama	64
4.2.1.6. Menjaga Kualitas Produk dan Mutu Pelayanan.....	65
4.2.2. Implementasi <i>Push Strategy</i>	68
4.2.2.1. Persiapan <i>Team Marketing</i> dalam Menyusun Strategi Promosi	68
4.2.2.2. Pengelolaan Media Sosial Perusahaan	70
4.2.2.3. Mempersiapkan <i>Team Teknisi</i> Perusahaan ...	71

4.2.3. Implementasi <i>Pass Strategy</i>	72
4.2.3.1. Kegiatan Sosial	72
4.3. Pembahasan	74
4.3.1. Analisa Implementasi <i>Pull Strategy</i> (Strategi Menarik)	74
4.3.2. Analisa Implementasi <i>Push Strategy</i> (Strategi Mendorong)	82
4.3.3. Analisa Implementasi <i>Pass Strategy</i> (Strategi Membujuk)	84
4.3.4. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang Dilakukan	86
4.3.5. Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	87
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. Simpulan	89
5.2. Saran	90
5.2.1. Saran Teoritis	90
5.2.2. Saran Praktis	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Arikunto. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Butterick, Keith. 2014. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Creswell, W John. 2016. *30 Keterampilan Esensial untuk Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- David, R. Fred. 2011. *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Eko, Danu Agustinova. 2015. *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Calpulis.
- Gora, Radita. 2019. *Riset Kualitatif Public Relations*. Surabaya: Jakad Publisihing.
- Haryono, Cosmas Gatot. 2020. *Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi*. Sukabumi: CV Jejak.
- Kotler, Philip & Kevin Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Manzilati, Dr. Asfi. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma, Metode dan Aplikasi*. Malang: Perguruan Tinggi Terbaik dan Terbesar Kelas Dunia.
- Moleong, Lexy. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morisan. 2014. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Morissan. 2019. *Riset Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Nazamuddin. 2020. *Memahami Makroekonomi Melalui Data dan Fakta*. Aceh: Syiah Kuala University Press.

- Ni'matuzahroh & Susanti Prasetyaningrum. 2018. *Observasi: Teori dan Aplikasi dalam Psikologi*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Noor, Juliansyah. 2013. *Penelitian Ilmu Manajemen, Tinjauan Filosofis dan Praktis; Cetakan 1*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Nurtjahjani, Fullchis. 2018. *Public Relations, Citra & Praktek Malang*: Polinema Press.
- Rudiwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rukin. 2019. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Ruslan, Rosady. 2018. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sanjaya, Wina & Andi Budimanjaya. 2017. *Paradigma Baru Mengajar*. Jakarta: Kencana.
- Sari, A. Anditha. 2017. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sengupta, Sailesh. 2001. *Management of Public Relations and Communication*. New Delhi: Vikas.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Silviani, Dr. Irene MSP. 2020. *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka.
- Sukandarrumidi. 2002. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sulaksana, Uyung. 2005. *Intergrated Marketing Communications: Teks dan Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Sulistyaningtyas, Tri, Susanto dan Dicky R. Munaf. 2015. *Sinergitas Paradigma Lintas Sektor di Bidang Keamanan dan Keselamatan Laut*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Suryani & Hendriyadi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrus Publishing.
- Vidyarini, Titi Nur, Yogayatma Astri dan Vita Monica. 2021. *Public Relations Sebuah Pengantar*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Wasesa, Silih Agung. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wibowo, Wahyu. 2011. *Cara Cerdas Menulis Artikel Ilmiah*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.
- Wijaya, Umrati Hengki. 2020. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.

JURNAL:

- Putri, Adiyani Kartika. 2019. “*Corporate Social Responsibility Sebagai Strategi Marketing Public Relations (Studi Kasus Program CSR “Decofresh Warnai Jodipai” PT. Inti Daya Guna Aneka Warna*”. *Commercium*. 2 (2). 19-20.
- Windriati, Alfia Retna, Arief Darmawan, dan Mohammad Insan Romadhan. 2019. “*Peran Public Relations dalam Membangun Citra di Atlantis Land Surabaya*”. *Jurnal Representamen*. 5 (1). 2.
- Heryati, Iis dan Dini Fitriawati. 2020. “*Analisis Strategi Marketing Public Relations Pizza Hut Cimahi di Tengah Pandemi Covid-19*”. *Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*. 4 (2).
- Putra, Mohammad Annur Tri, Rachmat Kriyanto dan Maulina Pia Wulandari. 2019. “*Konstruksi Pimpinan Terhadap Peran dan Fungsi Public Relations di Indonesia (Universitas Brawijaya dan Universitas Hassanuddin)*”. *JISPO*. 9 (2). 427.
- Widuhung, Selvy Maria. 2021. “*Strategi Marketing Public Relations PT. Petromindo Group di Era Pandemi Covid-19*”. *Jurnal Public Relations-JPR*. 2 (1). 1.

Rahmawati, Sri Ananda, Yanti Setianti, dan Syauqy Lukman. 2019. "*Strategi Marketing Public Relations Checo Café Resto*". Jurnal Komunikatif. 8 (1). 5.

Amelia, Wan Rizca. 2021. "*Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan pada Rumah Makan Beringin Indah Pematang Siantar*". Jurnal Konsep dan Manajemen. 4 (1). 51.

Supada, Wayan . 2020. "*Peran Public Relations dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi*". Communicare. 1 (1). 97.

TUGAS AKHIR:

Nurulita, Kharisma. 2020. "Analisis Hasil Belajar Ditinjau dari Kedisiplinan Belajar Siswa Sekolah Dasar (Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Mata Pelajaran IPS Kelas IV SDN Sarimulya III, Kecamatan Kotabaru, Kabupaten Karawang)". Program Sarjana Strata 1 Universitas Pendidikan Indonesia: Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

Sari, Sartika Widhi Ayu. 2020. "Implementasi *Marketing* GRAB dalam Menarik Minat Konsumen di Kota Jambi". Program Sarjana Strata 1 UIN Sultan Thaha Saiffudin: Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

Shinta Damai Pratiwi. 2019. "Strategi *Marketing Public Relations* Lazada Indonesia". Program Sarjana Strata 1 Universitas Padjadjaran: Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

Tapada, Deske Desiana. 2019. "Strategi *Marketing Public Relations* Nola Marta Fashion Studio dalam Mempromosikan Teknik Haute Couture". Program Sarjana Strata 1 Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama): Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.

WEBSITE:

Fajar Laksmi Dewi, *WFO atau WFH, Mana yang Lebih Efektif di Masa Pandemi?*, diakses pada Selasa 22 Juni 2021 pukul 19:38 WIB melalui <https://www.idntimes.com/life/career/fajar-laksmi-dewi-1/wfo-atau-wfh-mana-yang-lebih-efektif/8>

Indah Handayani, *Industri Rumah Sakit Hadapi Tantangan di Masa Pandemi Covid-19*, diakses pada Sabtu 24 April 2021 pukul 15:15 WIB melalui

<https://www.beritasatu.com/kesehatan/650815/industri-rumah-sakit-hadapi-tantangan-di-masa-pandemi-covid19>

M. Iqbal Al Machmudi, *88% Perusahaan Alami Kerugian Operasional Akibat Pandemi*, diakses pada Sabtu 24 April 2021 pukul 14:28 WIB melalui <https://mediaindonesia.com/ekonomi/385743/88-perusahaan-alami-kerugian-operasional-akibat-pandemi>

Tatang Gurito, *Setahun Pandemi Rumah Sakit Alami Krisis Keuangan*, diakses pada Rabu 19 Mei 2021 pukul 13:03 WIB melalui <https://nasional.kompas.com/read/2021/03/02/15084941/setahun-pandemi-persi-rumah-sakit-alami-krisis-keuangan>

<https://aerocom-global.co.id/> diakses pada Kamis 06 Mei 2021 pukul 14:19 WIB

<https://www.yuyamarx.com/product-proud/> diakses pada Kamis 06 Mei 2021 pukul 16:19 WIB

<https://www.instagram.com/aerocomglobal/> diakses pada Jumat 07 Mei 2021 pukul 15:19 WIB

Entry Kartu Bimbingan Tugas Akhir



NIM : 1771502141

Nama
Mahasiswa : Aviva Monica

Dosen
Pembimbing : Denik Iswardani Witarti

Judul
Skripsi : IMPLEMENTASI THREE WAYS STRATEGY PT. AEROCOM
GLOBAL SEJAHTERA DALAM KEGIATAN MARKETING
PUBLIC RELATIONS DI MASA PANDEMI COVID-19

Hari /
Tanggal /
Jam : 27/08/2021 02:02

Isikan
Materi :

SIMPAN

Kartu Bimbingan Mahasiswa

No	Tanggal	Materi	Action
1	29-MAR-2021 09:24:00	Membahas masalah penelitian.	EDIT DELETE
2	15-APR-2021 10:00:00	Revisi masalah penelitian dan judul penelitian.	EDIT DELETE
3	23-APR-2021 12:25:00	Diskusi masalah perubahan perusahaan yang akan diteliti.	EDIT DELETE
4	27-MAY-2021 10:15:00	Mengumpulkan keseluruhan penelitian.	EDIT DELETE
5	03-JUN-2021 11:26:00	Revisi bab 4.	EDIT DELETE
6	18-JUN-2021 10:11:00	Mengumpulkan revisi penelitian.	EDIT DELETE
7	22-JUN-2021 10:27:00	Revisi menyeluruh bab 1 - bab 5.	EDIT DELETE
8	29-JUN-2021 10:00:00	Mengumpulkan revisi bab 1 - bab 5.	EDIT DELETE
9	02-JUL-2021 10:29:00	Revisi keseluruhan penelitian.	EDIT DELETE
10	06-JUL-2021 10:15:00	Acc untuk submit	EDIT DELETE

**PERAN KONTEN TUTORIAL *BREAK DANCE* DI YOUTUBE
CHANNEL *BBOY ONLINE* DALAM PENGEMBANGAN
KEAHLIAN KOMUNITAS *BREAK DANCE LUNATIC
HUNTERZ* DI KOTA TANGERANG SELATAN**

SKRIPSI



Nama	: Fesyah Mada
NIM	: 1671505632
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: <i>Broadcast Journalism</i>

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

**PERAN KONTEN TUTORIAL *BREAK DANCE* DI *YOUTUBE*
CHANNEL BBOY ONLINE DALAM PENGEMBANGAN
KEAHLIAN KOMUNITAS *BREAK DANCE LUNATIC*
HUNTERZ DI KOTA TANGERANG SELATAN**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Nama	: Fesyah Mada
NIM	: 1671505632
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Konsentrasi	: <i>Broadcast Journalism</i>

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

ABSTRAK

PERAN KONTEN TUTORIAL *BREAK DANCE* DI *YOUTUBE* *CHANNEL BBOY ONLINE* DALAM PENGEMBANGAN KEAHLIAN KOMUNITAS *BREAK DANCE LUNATIC* *HUNTERZ* DI KOTA TANGERANG SELATAN

Kehadiran teknologi merupakan pengaruh besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi teknologi setiap harinya. Media baru yang merupakan bagian dari media massa termasuk sebuah salah satu kehadiran teknologi, salah satu bagian dari *new media* atau media baru yang sangat besar kehadirannya adalah *Youtube*. *Youtube* merupakan situs web berbagi hal informatif dan dikemas dalam bentuk video dan termasuk dalam media massa karena dapat ditonton dan memiliki suatu informasi untuk banyak khalayak. *Youtube* dimanfaatkan dengan baik oleh salah satu komunitas *break dance* di Tangerang selatan, Indonesia yaitu *Lunatic Hunterz* yang mengkonsumsi *Youtube channel BBOY Online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran konten tutorial *Break dance* di *Youtube channel BBOY Online* membantu mengembangkan keahlian anggota komunitas *Break dance Lunatic Hunterz* di kota Tangerang Selatan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teori sosial kognitif yang dikembangkan oleh Albert Bandura. Setelah dilakukan pengumpulan data seperti wawancara dan observasi peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Youtube channel BBOY Online* memiliki peran dalam pengembangan keahlian komunitas *Lunatic Hunterz*, Semua narasumber berkata bahwa *BBOY online* membantu mereka dalam mengembangkan keahlian. Komunitas *Lunatic Hunterz* mendapatkan pembelajaran materi *basic* gerakan dalam *break dance*, setiap anggota dapat melakukan gerakan *basic* yang dipelajari dengan adanya *basic* itu sendiri dapat dijadikan gerakan yang baru. *BBOY Online* selain memberikan materi *basic* gerakan juga diberitahu cara mengolahnya agar menjadi gerakan baru dan milik sendiri.

Kata kunci: Media baru, *Youtube*, *Break dance*

ABSTRACT

BREAKDANCE CONTENT TUTORIAL ROLES ON BBOY ONLINE YOUTUBE CHANNEL IN BREAK DANCE COMMUNITY LUNATIC HUNTERZ IN SOUTH TANGERANG CITY SKILLS DEVELOPMENT

The presence of technology is a huge influence in human life. Human using technology and surrounded by technology every single day. New media is the part of mass media includes one of technology presence, one part of the new media that has a huge presence is Youtube. Youtube is a website that shares informative things as videos and included as mass media because it can be watched and has information for many audiences. Youtube is well utilized by one of break dance community in South Tangerang, Indonesia, Lunatic Hunterz who consumes youtube content from BBOY Online channel. This research is to find out how Tutorial break dance content roles on BBOY Online youtube channel helps Lunatic Hunterz break dance members in South Tangerang city to develops the skills. This research is qualitative using cognitive social theory by Albert Bandura. After data collection such as interviews and observation researchers can conclude that BBOY Online youtube channel has a role in Lunatic Hunterz skills development, All the interviewees said that BBOY Online helps them in developing skills. Lunatic Hunterz community get learning basic movement materials in break dance, each member can do basic movement learned by existence of basic itself can be used as a new movement. BBOY Online in addition to providing basic material movement is also told how to process it to become a new movement and own.

Keyword: *New media, Youtube, Break dance*



LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Tyas Rianti
Nomor Induk Mahasiswa	: 1571510708
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Jenjang Studi	: Strata 1
Judul	: AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS ULIK COFFEE DAN ROASTERY DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 22 Juli 2021

Tim Penguji:

Ketua	: Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si
Anggota	: Ritantri Kristina, S.E, M.M
Pembimbing	: Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D
Ketua Program Studi	: Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn