

SKRIPSI

STRATEGI *REBRANDING*
BAGIAN KELEMBAGAAN HUKUM DAN HUMAS
SEBAGAI UPAYA MENGUBAH CITRA
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK TVRI



Disusun oleh:

Jesika Anggreni Panjaitan
NIM. 1571650014

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2019



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jesika Anggreni Panjaitan
NIM : 1571650014
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat

Menyatakan bahwa laporan penelitian ini adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan duplikasi dari orang lain. Saya setuju, karya ilmiah ini di *up-load* pada pusat informasi yang lebih luas dan umum serta menjadi referensi bagi yang memerlukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Agustus 2019



(Jesika Anggreni Panjaitan)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jesika Anggreni Panjaitan
NIM : 1571650014
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat

Dengan ini menyatakan, bahwa:

1. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Indonesia, Jakarta, Hak Bebas Royalti noneksklusif atas laporan penelitian saya yang berjudul **“Strategi Rebranding Bagian Kelembagaan Hukum dan Humas Sebagai Upaya Mengubah Citra Lembaga Penyiaran Publik TVRI”**.
2. Universitas Kristen Indonesia-Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikan serta menampilkan dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta.
3. Saya bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Kristen Indonesia-Jakarta segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 28 Agustus 2019


**METERAI
TEMPEL**
773CBAHF01114893
6000
ENAM RIBU RUPIAH

(Jesika Anggreni Panjaitan)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Jesika Anggreni Panjaitan
No. Induk Mahasiswa : 1571650014
Program Studi/ Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : **Strategi *Rebranding* Bagian Kelembagaan
Hukum dan Humas Sebagai Upaya Mengubah
Citra Lembaga Penyiaran Publik TVRI**

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

TELAH DIUJI

Jakarta, 10 Agustus 2019

Pembimbing,

(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.)

Dekan,

(Angel Damayanti, S.IP., M.Si., M.Sc., Ph.D.)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur -13630
Telp. (021) 8092425, 8009091, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage : <http://www.uki.ac.id>

HASIL SIDANG SKRIPSI

Nama mahasiswa : Jesika Anggreni Panjaitan
Nomor Induk Mahasiswa : 1571650014
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Public Relations

TELAH MENEMPUH SIDANG SKRIPSI DAN MENYELESAIKAN PERBAIKAN SKRIPSI

Berjudul:

**“Strategi Rebranding Bagian Kelembagaan Hukum dan Humas Sebagai
Upaya Mengubah Citra Lembaga Penyiaran Publik TVRI”**

Dan dinyatakan LULUS, dengan Nilai/Predikat :

82.6/A/SANGAT MEMUASKAN

Jakarta, 23 Agustus 2019

Ketua Sidang/Penguji I,

Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S. Sos., M.T., CPR., CICS

Penguji II,

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.

Penguji III,

Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.

Dekan,

Angel Damayanti, M.Si., M.Sc., Ph.D.



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Jesika Anggreni Panjaitan
No. Induk Mahasiswa : 1571650014
Program Studi/ Peminatan : Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
Judul Skripsi : **Strategi *Rebranding* Bagian Kelembagaan
Hukum dan Humas Sebagai Upaya Mengubah
Citra Lembaga Penyiaran Publik TVRI**

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari tim penguji dalam sidang skripsi sebagaimana tertulis dalam hasil sidang skripsi pada **10 Agustus 2019**.

Jakarta, 28 Agustus 2019

Penguji II,

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.

Penguji III/Pembimbing,

Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.

Ketua Sidang/Penguji I,

Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T., CPR., CICS



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM

**“Strategi *Rebranding* Bagian Kelembagaan Hukum dan Humas Sebagai
Upaya Mengubah Citra Lembaga Penyiaran Publik TVRI”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa, isi CD-ROM Laporan Penelitian sama
dengan revisi akhir.

Jakarta, 28 Agustus 2019

Jesika Anggreni Panjaitan

Menyetujui:

Pembimbing,

Singgih Sasongko, SIP. M.Si.

Ketua Program Studi,

Singgih Sasongko, SIP. M.Si.

Motto

Markus 10 : 43-44

“Barangsiapa ingin menjadi besar diantara kamu,

hendaklah ia menjadi pelayanmu;

Dan Barangsiapa ingin menjadi yang terkemuka diantara
kamu,

hendaklah ia menjadi hamba untuk semuanya.”

Ku Yakin Tuhan Yesus selalu berserta ku, memberkati dimanapun dan
kemanapun aku melangkah. Kasih Karunia-Nya selalu melimpah dalam
hidupku dan keluargaku.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat karunianya penulis dapat menyelesaikan karya tulis skripsi ini. Pada kesempatan ini izinkan penulis berterima kasih kepada para pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, antara lain :

1. Dr. Dhaniswara K. Harjono, S.H., MH, MBA selaku Rektor Universitas Kristen Indoensia.
2. Angel Damayanti, M.Si., M.Sc., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Singgih Sasongko, S.IP., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan juga sebagai Dosen Pembimbing yang di tengah kesibukannya telah mengorbankan waktu untuk berkenan memberikan saran dan perbaikan terhadap pembuatan skripsi ini.
4. Seluruh dosen atau pengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam mata perkuliahan masing-masing.
5. Ayah dan Ibu penulis yang selalu mendoakan dan mendukung sehingga penulis merasa terdorong untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015.
7. Seluruh Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia yang telah membantu Penulis dalam hal-hal administratif dan kelengkapan teknis lainnya.

8. Febrian Herbert Herman Manurung yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis.
9. Kakak Berty Octavia Nainggolan, S.Sos., Kakak Mudesta Injiliah, S.Sos., dan abang Adrianus Lengu Wene, S.Sos., yang selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
10. Sahabat kuliah saya yaitu Maria Monika Untari dan Nova Anastashia Simarmata yang menemani penulis saat melakukan wawancara dan observasi lapangan.
11. Seluruh Narasumber yang sudah bersedia diwawancara untuk skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis pun berharap adanya saran atau masukan demi perbaikan skripsi ini. Akhirnya Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah pengetahuan khususnya pada kajian bidang Ilmu Komunikasi khususnya *Public Relations*.

Jakarta, 28 Agustus 2019

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pernyataan Orisinalitas	ii
Lembar Pernyataan Publikasi	iii
Lembar Pengesahan	iv
Lembar Hasil Sidang Skripsi	v
Lembar Perbaikan Skripsi	vi
Lembar Penyerahan CD-ROM	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Review Penelitian Terdahulu	16
B. Landasan Teori	18

1. Teori Komunikasi SMCR	18
2. Branding	22
a. Definisi Branding	22
b. Manfaat Branding	24
3. Rebranding	26
a. Definisi Rebranding	26
b. Faktor Pendorong Rebranding	27
c. Proses Rebranding	28
4. Televisi	31
5. Hubungan Masyarakat (Public Relations)	32
a. Definisi Humas	32
b. Fungsi Humas	33
c. Ruang lingkup Humas	35
d. Strategi Komunikasi Humas	37
6. Analisis SWOT	40
7. Citra	43
C. Kerangka Teoritis	45
D. Kerangka Berpikir	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Paradigma Penelitian	48
B. Pendekatan Penelitian	49
C. Metode Penelitian	50
D. Metode Pengambilan Informan	51

E. Sumber Data	52
F. Metode Pengumpulan Data	53
G. Teknik Analisis Data	54
H. Teknik Interpretasi Data	55
I. Keabsahan Data	56
 BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum LPP TVRI Pusat	58
B. Gambaran Umum SubBagian Kelembagaan Hukum dan Humas LPP TVRI Pusat	69
C. Gambaran Umum Informan	71
D. Pemaparan Hasil Penelitian	73
1. Faktor Pendorong <i>Rebranding</i> LPP TVRI	73
2. Implementasi Kegiatan Humas dalam <i>Rebranding</i>	75
3. Penggunaan Media dalam kegiatan <i>Rebranding</i>	77
4. Hambatan dalam proses kegiatan <i>Rebranding</i>	79
5. Survei terhadap citra sebelum maupun setelah melakukan <i>rebranding</i>	81
E. Hasil Interpretasi Data	84
 BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	102
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
 LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Berita tentang TVRI.....	2
Gambar 1.2 Persentase penggunaan internet dan media di Indonesia tahun 2019.....	4
Gambar 1.3 Statistik penggunaan internet versi APJII	5
Gambar 1.4 website resmi NetTV	6
Gambar 1.5 Instagram resmi Net TV	6
Gambar 1.6 Website resmi SCTV	6
Gambar 1.7 Instagram resmi SCTV	7
Gambar 1.8 Website resmi MetroTV	7
Gambar 1.9 Instagram Metrotv	7
Gambar 1.10 Website Resmi TVRI.....	9
Gambar 1.11 Facebook Resmi TVRI	10
Gambar 1.12 Instagram Resmi TVRI	10
Gambar 1.13 Twitter Resmi TVRI, Sumber: TVRI Siaran Nasional	10
Gambar 1.14 Official Youtube TVRI	11
Gambar 2.1. Model Komunikasi SMCR David K.Berlo	19
Gambar 2.2 Manfaat <i>brand</i> bagi konsumen	25
Gambar 2.3 <i>Corporate Rebranding Framework</i>	29
Gambar 2.4 Proses Empat Langkah Strategi <i>Public Relations</i>	40
Gambar 2.5 Skema Kerangka Teoritis	45
Gambar 2.6 Skema Kerangka Berpikir	47
Gambar 4.1 Logo Baru TVRI	63
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Dewan Direksi LPP TVRI Pusat.....	67
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Direktorat Umum LPP TVRI Pusat	68
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Kelembagaan Hukum dan Humas	70

DAFTAR LAMPIRAN

Kerangka Pertanyaan Wawancara

Transkrip Wawancara

Koding Hasil Wawancara

Foto Bersama Kasubbag Kelembagaan Hukum dan Humas

Foto Gedung dan Properti / Media yang digunakan dalam *rebranding*

Kartu Kendali Bimbingan

Surat Kesediaan Dosen Pembimbing Skripsi

Curriculum Vitae

ABSTRAK

Jesika Anggreni Panjaitan (1571650014)
FISIPOL/Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat
109 halaman + 46 lampiran
20 Buku + 9 Jurnal + 2 Dokumen Website
Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.
Strategi *Rebranding* Bagian Kelembagaan Hukum dan Humas Sebagai Upaya
Mengubah Citra Lembaga Penyiaran Publik TVRI

Perkembangan teknologi di era digitalisasi saat ini mengubah pola dan aktivitas komunikasi yang tidak terbatas ruang dan waktu yang berhasil mengubah usaha merebut perhatian masyarakat oleh berbagai media termasuk televisi. Hal tersebut mengakibatkan TVRI sebagai satu-satunya TV nasional RI turut merasakan dampaknya. TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik memutuskan mulai melakukan *rebranding* untuk mengikuti perubahan teknologi saat ini dan mengubah tampilan lebih kekinian. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui gambaran strategi *rebranding* yang dilakukan bagian Kelembagaan Hukum dan Humas LPP TVRI Pusat dalam membantu mengubah citra LPP TVRI.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan model komunikasi SMCR dan analisis SWOT untuk membantu peneliti dalam menganalisis strategi yang dilakukan bagian Kelembagaan Hukum dan Humas LPP TVRI Pusat dalam membantu mengubah citra LPP TVRI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan data deskriptif, dimana data diperoleh melalui observasi dan wawancara semi-terstruktur. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dari data tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh bagian Kelembagaan Hukum dan Humas dalam membantu *rebranding* untuk mengubah citra LPP TVRI adalah dengan menggunakan sosialisasi secara langsung dan juga menggunakan media internal maupun eksternal sebagai media publikasi.

Kata kunci : *Rebranding*, Model Komunikasi SMCR, Strategi Humas, Citra

ABSTRAK

Jesika Anggreni Panjaitan (1571650014)

FISIPOL/Ilmu Komunikasi/Hubungan Masyarakat

109 pages + 46 attachment

24 book + 7 Journal + 2 Website Document

Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.

Rebranding Strategy of Legal Institution and Public Relations Intitution as meaning to improve images of TVRI Public Broadcasting

The technological development in the era of digitalization is currently changing the patterns and activities of communication that are not limited to space and time that have succeeded in changing the effort to attract people's attention by various media including television. This resulted in TVRI as Indonesian National TV to feel the impact. TVRI as a Public Broadcasting Institution decided to start rebranding to keep up with current technological and change the appearance more present. Based on this, the researchers were interested to knowing the description of the rebranding strategy carried out by the Institutional Law and Public Relations Section of TVRI head office in helping changing the image of LPP TVRI.

In this study researchers used the SMCR communication model and SWOT analysis to assist researchers in analyzing the strategies carried out by the Institutional Law and Public Relations section of TVRI in helping changing the image of LPP TVRI. This study uses a qualitative approach to obtain descriptive data, where data is obtained through semi-structured observation and interviews. Data analysis is done through data reduction, data presentation, and drawing conclusions from the data.

The results showed that the strategy carried out by the Institutional Law and Public Relations section in helping rebranding to changing the image of LPP TVRI was to use socialization directly and also use internal and external media as publication media.

Keywords: Rebranding, SMCR Communication Models, Public Relations Strategy, Image