



Judul Skripsi:

**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS CNN INDONESIA DALAM
MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PUBLIK EKSTERNAL MELALUI
*SPONSORSHIP***

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
Dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

NAMA : Febriya Sakinah Ramadhani

NIM : 1410411010



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**



**STRATEGI MARKETING PUBLIC RELATIONS CNN INDONESIA DALAM
MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PUBLIK EKSTERNAL MELALUI
*SPONSORSHIP***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Febriya Sakinah Ramadhani

1410411010

ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Febriya Sakinah Ramadhani
NRP : 1410411010
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Febriya Sakinah Ramadhani
NIM : 1410411010
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Judul : STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* CNN
INDONESIA DALAM MENJALIN HUBUNGAN
DENGAN PUBLIK EKSTERNAL MELALUI
SPONSORSHIP


Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jakarta.

Pembimbing Utama



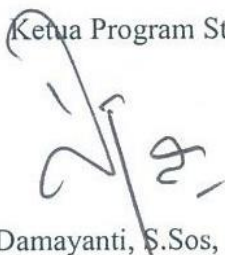
(Drs. Aan Setiadarma, M.Si)

Pembimbing Pendamping



(Ratu Laura, S.Psi., M.Sc.)

Ketua Program Studi



(Damayanti, S.Sos, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 5 Juli 2018

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relations* FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang berjudul **“STRATEGI PUBLIC RELATION CNN INDONESIA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PUBLIK EKSTERNAL MELALUI SPONSORSHIP”**

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan kemajuan ilmu komunikasi pada khususnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari aspek kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan pada keterbatasan yang dimiliki penulis. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan umumnya bagi kita semua dalam rangka menambah wawasan pengetahuan dan pemikiran kita.

Jakarta, 4 Juli 2018

Febriya Sakinah Ramadhani

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Aan Setiadarma, M.Si. selaku Dosen Pembimbing utama yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya skripsi ini.
2. Ratu Laura, S.Psi., M.Sc selaku Dosen Pembimbing pendamping yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya skripsi ini.
3. Damayanti, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta yang memberikan pengaruh positif terhadap perkembangan program studi dan mahasiswa khususnya.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta yang telah memfasilitasi dengan kebijakan-kebijakannya.
5. Dr. Anter Venus M.A. Comm Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta yang telah memfasilitasi dengan kebijakan-kebijakannya.
6. CNN Indonesia sudah diberikan kesempatan untuk menjadi tempat penelitian. Terima kasih peneliti ucapkan atas kesempatan dan kesediaannya dalam membantu melengkapi data penelitian ini.
7. Kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan untuk membuat dan menyelesaikan tugas skripsi pada tahun ini.
8. Kedua orangtua penulis. Ayah penulis yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang berguna, serta Ibu penulis atas dukungan dan doanya yang tidak pernah putus untuk penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis, yaitu *Horoscope Squad*, Triplets Kak Riza dan Nanda, KyuMin137 yang juga telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

10. Teman penulis, yaitu Bunga, Icha dan Rifa sebagai partner skripsi, yang selalu memberikan semangat dan berjuang bersama selama menyusun skripsi ini
11. Teman-teman mahasiswa/i FISIP UPN “Veteran Jakarta” 2014 terima kasih sudah menjadi teman yang memberi dukungan penuh untuk perjalanan akademis peneliti.
12. Individu-individu yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Jakarta, 4 Juli 2018

Febriya Sakinah Ramadhani

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya

yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febriya Sakinah Ramadhani
NRP : 1410411010
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"STRATEGI PUBLIC RELATION CNN INDONESIA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PUBLIC EKSTERNAL MELALUI SPONSORSHIP"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 5 Juli 2018

Yang menyatakan,



Febriya Sakinah Ramadhani

STRATEGI PUBLIC RELATIONS CNN INDONESIA DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PIHAK EKSTERNAL MELALUI *SPONSORSHIP*

FEBRIYA SAKINAH RAMADHANI

Abstrak

Sponsorship merupakan kegiatan materi pendukung kepada suatu organisasi, orang atau aktivitas yang dipertukarkan dengan publisitas merek dalam suatu hubungan kerjasama. *Sponsorship* dilakukan untuk memperlihatkan niat baik organisasi atau perusahaan guna membentuk citra di masyarakat sekaligus untuk meningkatkan keuntungan bagi suatu perusahaan. Tujuan kegiatan untuk mengetahui strategi yang digunakan PR CNN Indonesia dalam menjalin hubungan dengan *Public Eksternal* melalui *Sponsorship*. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan *Relationship Management Theory*. Hasil penelitian mengasilkan strategi perencanaan pelaksanaan hingga evaluasi. Kesimpulan kerjasama ini CNN Indonesia menjadi lebih dikenal oleh masyarkat karena hasil kerjasama dengan Zalora Indonesia. Saran dari kerjasama ini, kinerja untuk PR CNN Indonesia ditingkatkan.

Kata Kunci: Strategi Public Relations, Hubungan, *Sponsorship*

***PUBLIC RELATIONS STRATEGY CNN INDONESIA IN THE
RELATIONSHIP WITH EXTERNAL SIDE THROUGH
SPONSORSHIP***

FEBRIYA SAKINAH RAMADHANI

Abstract

Sponsorship is the act for supporting to an organization, people or event which exchanged with brand publicity in a cooperative relationship. Doing a Sponsorship have a purpose to show a goodwill of the organization or a company to form an image in society and for accompany it also used to increase the profit at once. The activity purpose is to know what PR CNN strategy used on their relation with Public External through Sponsorship. In this research, the writer use descriptive qualitative method and Relationship Management Theory. Result of the research produce a research strategy, execution plan and evaluation. Conclusion in this relation CNN Indonesia become better known by the society payoff from relation with Zalora Indonesia.

Keywords: *Public Relations Strategy, Relation, Sponsorship.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Signifikan Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	11
2.2.1 <i>Public Relations</i>	11
2.2.2 <i>Marketing Public Relation</i>	15
2.2.3 Publik Eksternal	17
2.2.4 <i>Sponsorship</i>	20
2.2.5 Hubungan dengan Publik Eksternal	25
2.3 Teori Penelitian	27
2.4 Kerangka Berpikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekatan Penelitian	31
3.2 Metode Pengumpulan Data	32
3.3 <i>Key Informant</i> dan Informan Penelitian	32
3.4 Teknik Analisis Data	33
3.5 Teknik Keabsahan Data	34
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	36
4.1.1 Sejarah CNN	36
4.1.2 Sejarah CNN Indonesia	38
4.1.3 Visi Misi Perusahaan	39

4.1.4 Identitas Korporat	39
4.1.5 Logo CNN Indonesia	42
4.1.6 Klasifikasi Saluran Program	43
4.1.7 Struktur Organisasi CNN Indonesia	45
4.1.8 Kegiatan Kerjasama antara CNN Indonesia dengan Zalora Indonesia pada Kegiatan <i>Live Streaming YouTube</i> CNN	46
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Hubungan yang Terjalin antara CNN Indonesia dengan pihak Eksternal Zalora Indonesia melalui <i>Sponsorship</i>	49
4.2.2 Strategi CNN Indonesia dalam Menjalin Hubungan dengan Pihak Eksternal Zalora Indonesia.....	55
4.2.3 Tantangan CNN Indonesia dalam Menjalin Hubungan dengan Pihak Eksternal Zalora Indonesia.....	66
4.2.4 Upaya untuk Mengatasi Tantangan CNN Indonesia dalam Menjalin Hubungan dengan Pihak Eksternal Zalora Indonesia	67
4.3 Pembahasan.....	68
4.3.1 <i>Recognition of the Central Role of Relation in Public Relation</i>	79
4.3.2 <i>Reconceptualizing Public Relations as a Management Function</i>	80
4.3.3 <i>Identification of Components and Types of Organizations-Public Relation-Ships, their Linkage to Public Attitudes, Perceptions, Knowledge and Behavior and Relationship Measurement Strategies</i>	84
4.3.4 <i>Constructions of organizations-Public Relationship Models that Accomodate Relationship Antecedents, Process and Consequences</i>	85
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	87
 DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2. Tahap dan Waktu Penelitian	35
Tabel 3. Program Berita CNN Indonesia	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Berpikir	30
Gambar 2	Logo dari CNN.....	36
Gambar 3	Website Resmi CNN Indonesia	41
Gambar 4	<i>Instagram</i> Resmi CNN Indonesia	41
Gambar 5	<i>Twitter</i> Resmi CNN Indonesia	42
Gambar 6	Logo dari CNN Indonesia	43
Gambar 7	<i>News Anchor</i> CNN Indonesia	44
Gambar 8	Struktur Organisasi CNN Indonesia.....	44
Gambar 9	Kegiatan <i>Fashion Show</i> JFW 2018 yang Diliput oleh CNN Indonesia ..	53
Gambar 10	Tayangan <i>Live Streaming</i> CNN Indonesia saat Acara JFW 2018 Hasil Kerjasama dengan Zalora Indonesia.....	54
Gambar 11	Model Strategi CNN Indonesia	55
Gambar 12	Debat Pilgub Jawa Barat 2018	61
Gambar 13	Debat Pilgub Jawa Timur 2018.....	61
Gambar 14	Debat Pilgub Jawa Tengah 2018.....	62
Gambar 15	Salah Satu <i>News Anchor</i> CNN Indonesia Mengikuti Seminar yang Diadakan Salah Satu Kampus di Daerah Jakarta Selatan.....	63
Gambar 16	<i>News Anchor</i> CNN Indonesia Mengikuti Seminar yang Diadakan Salah Satu Kampus di Daerah Jakarta Timur	63
Gambar 17	<i>News Anchor</i> CNN Indonesia Mengikuti Seminar yang Diadakan Salah Satu Kampus di Daerah Bogor.....	64
Gambar 18	Wawancara Eksklusif dengan Bintang K-Pop VIXX yang Ditayangkan <i>Live Streaming</i> di CNN Indonesia	64
Gambar 19	Wawancara Eksklusif dengan Bintang K-Pop BTS yang Ditayangkan <i>Live Streaming</i> di CNN Indonesia.....	65
Gambar 20	Model Strategi CNN Indonesia	70
Gambar 21	Konstruksi Kerjasama CNN Indonesia dengan Zalora Indonesia.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form A2.2	A1
A5	A2
Surat Permohonan Riset CNN Indonesia	A3
Lampiran B Hasil Wawancara dengan <i>Head Marketing Public Relations</i> CNN Indoneisa	B1
Hasil Wawancara dengan <i>Marketing Public Relations</i> CNN Indonesia	B6
Hasil Wawancara dengan Penanggung Jawab Divisi event Spesial CNN Indonesia	B10
Hasil Wawancara dengan Masyarakat – Karyawan Swasta.....	B12
Hasil Wawancara dengan Masyarakat – Karyawan Swasta.....	B13
Lampiran C Sertifikat kegiatan yang dilakukan selama kuliah	C1
Lampiran D Daftar Riwayat Hidup.....	D1
Lampiran E Peneliti dengan <i>Key Informant</i> dan Informan	E1

