

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Istilah Public Relations pastinya sudah tidak asing di telinga. Public Relations memiliki peran penting di suatu perusahaan, lembaga ataupun instansi baik itu pemerintahan atau swasta. Di mana Public Relations sangat berpengaruh untuk mendukung kemajuan suatu instansi, organisasi atau perusahaan. Baik buruknya *image* sebuah instansi atau lembaga dilihat dari apa yang dilakukan oleh Public Relations dan dilihat sejauh mana peran Public Relations. Setiap Public Relations mempunyai tanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, mendapatkan simpati dan membuat masyarakat tertarik akan sesuatu dan membuat masyarakat bisa menerima sebuah situasi.

Public Relations dilibatkan dalam kebijakan lembaga, instansi atau perusahaan sehingga kebijakan yang dihasilkan adalah kebijakan yang dapat menguntungkan pihak internal dan eksternal. Pada dasarnya Public Relations merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi non komersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah.

Pada Public Relations terdapat suatu usaha untuk mewujudkan suatu hubungan yang baik antara suatu badan dengan publiknya. Usaha-usaha

untuk memberikan atau menanamkan kesan yang menyenangkan, sehingga akan timbul opini publik yang menguntungkan bagi kelangsungan hidup perusahaan atau instansi tersebut.

Hal ini dapat dilaksanakan oleh Public Relations SCTV dengan menunjukkan hal-hal positif mengenai apa yang telah dilaksanakan, dan direncanakannya. Dalam meningkatkan citra perusahaan, SCTV mempunyai beberapa jenis konten untuk membantu memperbaiki kualitas penayangan, antara lain; PT. *Screenplay* Produksi (*Screenplay*) 2010, PT. Indonesia *Entertainment* Grup (IEG) 2015, PT. Indonesia *Entertainment* Produksi (EIP) 2015, PT. *Screenplay* Sinema Film (SSF) 2015, PT. Surya Citra Dinamika (SCD), PT. Digital Rantai Maya (DRM) 2016, PT. Elang Media Karya (EMK), PT. Visual Indomedia Produksi (VIP) 2016¹.

Mengacu pada pentingnya peranan Public Relations dalam meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Citra perusahaan adalah aset yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis dan pertumbuhan perusahaan. Citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja dan keuntungan perusahaan.

SCTV termasuk salah satu stasiun televisi swasta terbesar di Indonesia yang telah membangun citra yang kuat di mata masyarakat. Namun, dengan persaingan yang semakin ketat di industri media, SCTV harus terus berinovasi dan meningkatkan citranya agar tetap kompetitif dan

¹ SCM. 2023. *Konten*. Diakses 08 Mei 2023 Pukul 11.00. <https://www.scm.co.id/contents>.

diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami peranan Public Relations dalam membangun citra perusahaan SCTV di mata publik.

SCTV berpegang kuat pada komitmen untuk memperkaya hidup banyak orang dengan menghadirkan konten berkualitas tinggi yang menghibur, mengedukasi, dan memberi informasi. Serta kuat pada komitmen untuk memaknai kehadiran SCTV di tengah masyarakat melalui kepedulian, semangat untuk berbagi, dan kontribusi untuk kesejahteraan sosial².



Sumber: scm.co.id

Gambar 1.1 Komitmen Kami

Bagi SCTV, masyarakat memiliki hubungan yang erat dengan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Perusahaan akan terus berkembang jika masyarakat sekitar juga tumbuh bersama. Untuk itu, sebagai perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial, SCTV menjalankan berbagai program CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Program CSR SCTV selaras dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara terarah, terstruktur, dan berkelanjutan. Program CSR SCTV tidak terbatas pada tanggung jawab perusahaan, tetapi suatu keharusan

² SCM. 2023. *Komitmen Kami*. Diakses 09 Mei 2023 Pukul 15.00. <https://www.scm.co.id/social-commitments/our-commitment>.

bagi kami untuk menciptakan sinergi dan upaya pengembangan yang berimplikasi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat luas.

Upaya membangun sinergi antara unit usaha di bawah SCM juga dilakukan dalam bidang sosial yang dijalankan oleh Pundi Amal SCTV dan Peduli Kasih Indosiar. Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih ini didirikan pada tanggal 11 November 2015 dan telah mendapatkan pengesahan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, sebagaimana Surat Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-0023500.AH.01.04.Tahun 2015³.

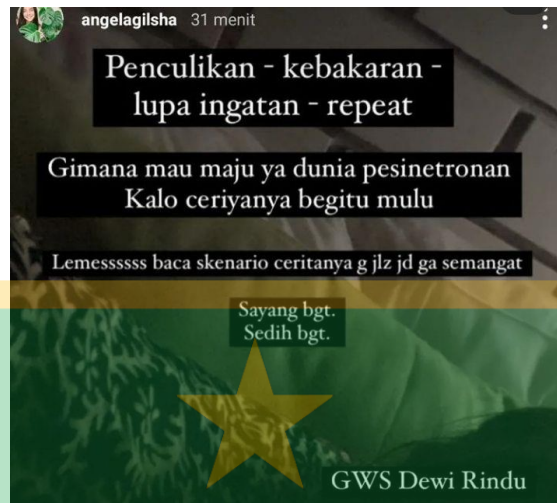


Sumber: scm.co.id

Gambar 1.2 Yayasan Pundi Amal dan Peduli Kasih

Dalam menjalankan kegiatannya, Yayasan Pundi Amal Peduli Kasih memiliki misi untuk mendukung program pencerdasan bangsa yang berkarakter dan memiliki keterampilan, mendukung peningkatan kesejahteraan hidup bangsa Indonesia melalui program kerja kesehatan, lingkungan dan pemberdayaan masyarakat, serta meringankan beban masyarakat yang terkena bencana.

³ SCM. 2023. *Yayasan Pundi Amal dan Peduli Kasih*. Diakses 17 Mei 2023 Pukul 04.00. <https://www.scm.co.id/social-commitments/foundation-pundi-amal-dan-peduli-kasih>.

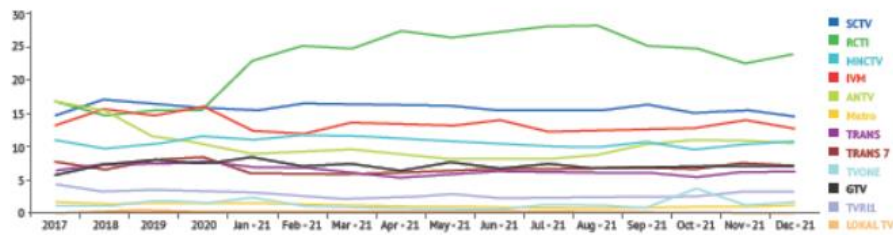


Sumber: Salatigaterkini.com

Gambar 1.3 Kritik Para Pemain Utama

Usai para bintang sinetron *Ikatan Cinta* melayangkan protes dan kritik mereka atas jalan cinta yang dinilai tidak jelas, kini pemain utama Dewi Rindu juga merasakan hal yang sama. Pemeran utama wanita Dewi Rindu yang diperankan oleh Angela Gilsha terlihat menuliskan bentuk ketidakpuasannya kepada jalan cerita sinetron yang tayang di SCTV itu yang jalan di tempat. Angela Gilsha menilai, Dewi Rindu hanya mengulang-ulang kisah yang sudah tayang sebelumnya, sehingga membuat alur cerita tidak berkembang. Pemeran sosok Rindu itu menyebut jika cerita yang terus diulang membuatnya tak semangat, lantaran tak ada tantangan baru⁴.

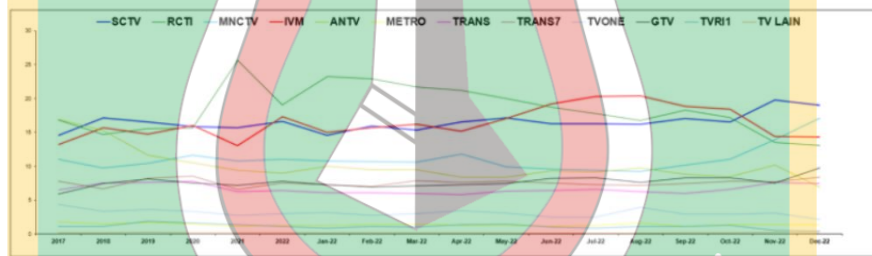
⁴ Wulandari, Sofi. 2022. *Tak Hanya Ikatan Cinta, Sinetron Dewi Rindu SCTV Juga Kena Kritik Para Pemain Utama*. Diakses pada tanggal 28 Maret 2023 pukul 09.30. <https://salatigaterkini.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-1584276084/tak-hanya-ikatan-cinta-sinetron-dewi-rindu-sctv-juga-kena-kritik-para-pemain-utama-lemes-baca-skenarionya>.



Sumber: scm.co.id

Gambar 1.4 SCMA Laporan Tahunan 2021

Pada tahun 2021, SCTV mencapai 15,7% rata-rata pangsa pemirsa Semua Waktu (Semua Demografi 5+; 16 Stasiun TV)⁵. Dari gambar di atas menunjukkan bahwa terdapatnya penurunan kepemirsaaan pada SCTV di akhir tahun 2021 hal tersebut dikarenakan kritikan pemirsa terhadap sinetron Dewi Rindu.



Sumber: scm.co.id

Gambar 1.5 SCMA Laporan Tahunan 2022

Pada tahun 2022, SCTV mencapai 16,6% rata-rata pangsa pasar pemirsa Semua Waktu (Semua Demografi 5+; 16 Stasiun TV). Dan SCTV berhasil menempatkan meraih pangsa pemirsa No. 2 Semua Waktu. Pada kuartal ke 4 tahun 2022⁶. Setelah mendapatkan kritikan mengenai alur cerita

⁵ SCM. 2023. *Laporan Tahunan*. Diakses 26 Agustus 2023 Pukul 14.00. <https://www.scm.co.id/annual-reports>

⁶ SCM. 2023. *Laporan Tahunan*. Diakses 26 Agustus 2023 Pukul 15.00. <https://www.scm.co.id/annual-reports>

yang tidak jelas maka SCTV menghentikan program sinetron Dewi Rindu di awal tahun 2022, dan dari gambar diatas menunjukkan pada akhir 2022 SCTV mengalami pemingkatan kepemirsaaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, skripsi ini akan membahas tentang peranan Public Relations SCTV dalam membangun citra perusahaan di mata publik. Skripsi ini akan melihat strategi dan program Public Relations yang dilakukan oleh SCTV, serta dampaknya terhadap citra perusahaan di mata publik. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi SCTV dalam meningkatkan citranya dan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai peranan Public Relations dalam membangun citra perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah ini adalah, bagaimana peranan Public Relations SCTV dalam meningkatkan citra perusahaan di mata publik?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui peranan Public Relations SCTV dalam meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat. Baik dari segi teoritis maupun praktis, sehingga dapat bermanfaat bagi kita semua.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis dari penelitian yang dilaksanakan, diharapkan dapat menambah hasanah pengetahuan, dan pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya, yaitu khususnya dalam bidang kajian peranan Public Relations dalam meningkatkan citra perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian secara praktis ini, di harapkan dapat memberikan suatu masukan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan. Serta diharapkan dapat melengkapi kepustakaan mengenai peranan Public Relations sehingga dapat menjadi bahan informasi bagi pihak SCTV maupun perusahaan lain dengan masalah yang diteliti.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian mengenai susunan dan isi dari proposal ini dilakukan untuk memberi contoh secara garis besar tentang apa yang dijabarkan secara keseluruhan dalam penelitian ini, maka disusunlah sistematika pemecahan masalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang membahas mengenai peranan Public Relations SCTV dalam meningkatkan citra perusahaan di mata publik, serta rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan untuk dijadikan bahan referensi atau pertimbangan. Beserta teori yang digunakan adalah teori tindakan sosial Max Weber dan beberapa kajian pustaka seperti peranan Public Relations dan citra perusahaan. Kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode dan tahapan-tahapan untuk dilakukan dalam penelitian. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, paradigma positivisme, subjek SCTV & objek peranan Public Relations dalam meningkatkan citra perusahaan, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data, jadwal dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai analisis data penelitian yang bersangkutan seperti gambaran umum tentang SCTV, sejarah SCTV, serta mengaitkannya dengan teori yang ada pada bab dua.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup, yang berisikan kesimpulan serta saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya oleh penulis.