



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**“Strategi *Public Relations* CIOFF Indonesia dalam
Mengembangkan Citra Kebudayaan Indonesia
di Kancah Internasional”**

(Studi Kasus Program Misi Kebudayaan CIOFF)

Indonesia Periode Januari – Desember 2014)



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

Nuranti Dwiyana Putri

11140110079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2015**

**“CIOFF Indonesia Public Relations Strategy in Developing
Indonesia’s Cultural Image Internationally”
(In Indonesia’s Cultural Mission Program, Which Runs From
January – December 2015)**



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

Nuranti Dwiyana Putri

11140110079

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2015

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Nuranti Dwiyana Putri

Tangerang, Juni 2015

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan pada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dan memberikan kesehatan, kekuatan, serta kelancaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Public Relations* dalam Mengembangkan Citra Kebudayaan Indonesia di Kancah Internasional”(Studi Kasus Program Misi Kebudayaan CIOFF Indonesia Periode Januari – Desember 2014). Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dari awal hingga akhir proses pengerjaan skripsi ini, tidak lepas dari arahan, dukungan, serta doa dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si , selaku dosen pembimbing yang sangat baik dan sangat banyak memberikan masukan, arahan, dan jalan keluar kepada peneliti dalam proses pengerjaan skripsi hingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yudhie Setiawan, M.Si , selaku penguji ahli yang telah memberikan masukan dan arahan dan jalan keluar kepada peneliti untuk menyempurnakan penelitian ini.
3. Kartika Aryani Harijono, S.sos., M.I.Kom selaku ketua sidang yang memberikan masukan dan arahan kepada peneliti sehingga penelitian ini menjadi sempurna.
4. Dr. Bertha Sri Eko M., M. Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi UMN, yang telah memberikan nasihat dan dukungan selama peneliti menjalani masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Said Rachmad selaku Presiden CIOFF Indonesia, Nur Kusuma Ngarasati (Raras) sebagai *Head of PR* CIOFF Indonesia, dan Yovika Wizuraida sebagai PR Officer dari CIOFF Indonesia, yang telah bersedia menjadi narasumber peneliti dan kesediannya meluangkan waktu dan menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan oleh peneliti.
6. Faizal Abrudin, terimakasih atas kesediannya meluangkan waktu dan

membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitim sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

7. Kedua orang tua peneliti mama (Ella Kunaefi) & papa (Irawadi Hanafi), serta kakak (Randi Wibawa) dan adik (Riandri Prasetya) yang selalu memberikan motivasi, nasihat, serta doa yang selalu di panjarkan.
8. Nindya Putri, Natasha Ivana, Lois Stephanie, dan Yoan Letsoin teman seperjuangan peneliti, terimakasih atas kesediannya untuk menemani, memotivasi, memberikan masukan, dan dukungan, juga saling mengingatkan untuk semangat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
9. Sahabat-sahabat penulis Dina Sagita, David Mario, Gisela Niken, Desi Permatasari yang selalu memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini, terimakasih telah menjadi sahat yang selalu mewarnai kehidupan penulis.
10. Anggi Andiarini, Farah Dina, Nadya Devina, Alya Amalia, Alma Dilanny, Nadya Febriana, Dimas Praditya, Raydinda Karina, Kenia Setiari, Phalita Gatra, dan Alexandra R, yang selalu mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi ini, membantu, serta selalu ada dalam kehidupan penulis.
11. STUDIO ONE Team, Mbak Aida Nurmala, Mas Daud Gultom, Mbak Priska Andrini, Mbak Dewi S. , Pak Totok, serta tim Studio One lainnya, yang memberikan kelongaran waktu kepada penulis saat hari kerja untuk dapat mengerjakan skripsi dan selalu mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
12. Dan pihak-pihak lain yang terkait yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata, peneliti menyadari adanya kekurangan pada skripsi ini, Oleh karena itu peneliti menerima apabila ada saran yang membangun untuk skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Tangerang, Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar isi	vi
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Abstrak	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	13
1.3.2.2 Kegunaan Praktiks	14
BAB II KERANGKA PENELITIAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 <i>Public Relations</i>	21
2.2.1 Peran <i>Public Relations</i>	24
2.2.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	27
2.3 Strategi <i>Public Relations</i>	30
2.4 Organisasi Nonprofit	42

2.5 <i>Public Relations</i> pada Organisasi Nonprofit	44
2.6 Citra	47
2.7 Kebudayaan	51
2.8 Bagan Kerangka Pemikiran	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	56
3.2 Metode Penelitian	58
3.3 Teknik Pengumpulan Data	60
3.4 <i>Key Informan</i> dan Informan	62
3.5 Uji Keabsahan Data	64
3.6 Teknik Analisis Data	65
3.7 Fokus Penelitian	66
3.8 Periode Waktu Penelitian	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Subjek atau Objek Penelitian	68
4.1.1 CIOFF	68
4.1.2 Logo CIOFF	72
4.1.3 CIOFF Indonesia	73
4.1.4 Struktur CIOFF Indonesia	78
4.1.5 <i>Member</i> CIOFF Indonesia	79
4.2 Hasil Penelitian	80
4.2.1 Optimaliasi Penggunaan Media Sosial dengan Tujuan Untuk Mengembangkan Kebudayaan Indonesia	82
4.2.2 <i>Youth & Children</i> Menjadi Tujuan Utama dalam Pertukaran Informasi antar Budaya	84
4.2.3 <i>Countries Night</i> Sebagai Salah Satu Kegiatan Untuk Mengembangkan Kebudayaan Indonesia di Kancah Internasional	85
4.2.4 Penentuan Tema yang Berbeda Setiap Tahunnya	87
4.3 Pembahasan	89
4.3.1 Strategi <i>Public Relations</i>	89

4.3.1.1 Analisis	91
4.3.1.2 Tujuan	98
4.3.1.3 Publik	99
4.3.1.4 Pesan	106
4.3.1.5 Strategi	108
4.3.1.6 Taktik	110
4.3.1.7 Skala Waktu	127
4.3.1.8 Sumber Daya	128
4.3.1.9 Evaluasi & Review	131
BAB V SIMPULAN & SARAN	
5.1 Simpulan	138
5.2 Saran	139
5.2.1 Saran Akademis	139
5.2.2 Saran Praktis	139
DAFTAR PUSTAKA	140
LAMPIRAN	142

UMMN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo CIOFF	72
Gambar 4.2 Contoh Kampanye <i>Sunday Share Story</i>	122
Gambar 4.3 Website CIOFF Indonesia	123
Gambar 4.4 Contoh Pertanyaan pada Ask FM	125

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2.2 Proses Perencanaan Anne Gregorry	32
Tabel 2.3 Publik Umum dalam Organisasi	35
Tabel 4.1 <i>Member</i> CIOFF Indonesia	79
Tabel 4.2 Proses Perencanaan Anne Gregorry	90
Tabel 4.3 Publik Umum dalam Organisasi	99

UMMN

**Strategi *Public Relations* CIOFF Indonesia dalam Mengembangkan Citra
Kebudayaan Indonesia di Kancah Internasional
(Pada Program Misi Kebudayaan Periode Januari – Desember 2014)**

Nuranti Dwiyana Putri

11140110079

ABSTRAK

Indonesia memiliki banyak berbagai macam unsur kebudayaan. Kebudayaan dapat menjadi unsur utama untuk mendorong terjadinya pembangunan di sebuah Negara. Namun masih banyak masyarakat mancanegara yang kurang mengenal kebudayaan Indonesia. Untuk meningkatkan hal tersebut dibutuhkan sebuah perencanaan yang tepat dan tentunya penentuan strategi yang sesuai. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi *Public Relations* CIOFF Indonesia dalam mengembangkan citra kebudayaan Indonesia di kancah Internasional pada program misi kebudayaan (periode Januari – Desember 2014). CIOFF Indonesia merupakan organisasi nonprofit yang fokus untuk mengembangkan kebudayaan.

Penelitian ini menggunakan *strategic planning* Gregorry (2004), konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Public Relations*, citra, budaya, dan organisasi nonprofit. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode penelitian studi kasus. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dan studi dokumen.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah bahwa proses perencanaan strategi yang dilakukan CIOFF Indonesia sesuai dengan perencanaan Gregorry, CIOFF Indonesia juga berhasil dalam mengembangkan citra Indonesia di kancah Internasional melalui program misi kebudayaan yang dilakukan. Strategi yang digunakan adalah dengan merangkul masyarakat Indonesia untuk mencintai negaranya dan menunjukan kepada dunia internasional bahwa masyarakat Indonesia memiliki profesionalitas yang tinggi.

Kata Kunci : Budaya, Citra, Organisasi Nonprofit, *Public Relations*, *Strategi Public Relations*,

**CIOFF Indonesia Public Relations' Strategy in Developing Indonesia's
Culture Image Internationally
(In Indonesia's cultural mission program, which runs from
January - December 2014)**

Nuranti Dwiyana Putri

11140110079

ABSTRACT

Culture may be the main element that drives one country to be developed. But many international people don't know about Indonesia's Culture. A proper planning and determining appropriate strategy is needed in order to improve the development. CIOFF Indonesia is one of non-profit organizations in Indonesia which has focus in developing Indonesia's culture. The purpose of this research is to discover CIOFF Indonesia public relations' strategy in developing Indonesia's culture image internationally in Indonesia's cultural mission program, which runs from January until December 2014.

This research is conducted by using Gregory's strategic planning (2004) with public relations, image, culture, and non-profit organization for the concepts. This research is also using descriptive qualitative study with case study methodology, whereas for the data collections methodology is conducted by interview and documents research.

The strategy planning which is conducted by CIOFF Indonesia is corresponding with Gregory's planning. CIOFF Indonesia is also succeeding in improving Indonesia's culture image in International through the cultural mission program. The strategy that is used by CIOFF Indonesia is by embracing Indonesian society to love their country and show to the world that they have a high level of professionalism.

Key words : Culture, Image, non-profit organization, Public Relations, Strategy public relations.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

“Strategi *Public Relations* dalam Mengembangkan Citra Kebudayaan Indonesia di
Kancah Internasional”
(Studi Kasus Program Misi Kebudayaan CIOFF Indonesia
Periode Januari Desember 2014)

Oleh:

Nuranti Dwiyana Putri


Telah diujikan pada hari Senin, 3 Agustus 2015

Pukul 11.00 s.d. 12.30 dan dinyatakan lulus

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji Ahli


Kartika Aryani Harijono, S.Sos., M.I.Kom.


A. Yudhie Setiawan, M.Si

Dosen Pembimbing


Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si

Disahkan Oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Dr. Bertha Sri Eko M., M. Si