

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* UKM-F RUMAH FILM KPI  
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF  
(Studi: Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Angkatan 2019)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-  
syarat guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam  
Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**Oleh**

**Linda Miranda  
NPM : 1841010549**

**Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1443H/2022M**

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* UKM-F RUMAH FILM KPI  
DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF  
(Studi: Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan  
2019)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-  
syarat guna Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam  
Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

**Oleh**

**Linda Miranda  
NPM : 1841010549**



**Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)**

**Pembimbing I : Dr. Hasan Mukmin, MA**

**Pembimbing II : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S. Sos., M. Sos.I**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1443H/2022M**

## ABSTRAK

*Public relations* atau dalam Bahasa Indonesia ialah Hubungan Masyarakat (HUMAS) yaitu seni menciptakan perhatian publik yang lebih baik sehingga dapat memperoleh kepercayaan publik terhadap suatu organisasi. Setiap organisasi memiliki masa kepengurusan yang membuat visi misi dan progja tiap divisinya berbeda untuk mempertahankan citra positifnya, keberhasilan suatu organisasi juga bergantung dengan apa yang diberikan kepada khalayaknya. Sebagian mahasiswa masi merasa kesulitan untuk menentukan organisasi yang dipilih di dalam kampus untuk mengembangkan kreativitas dan skill yang dimiliki sejak masi sekolah, Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang efektif untuk membangun citra positif pada organisasi tersebut agar dapat tetap eksis di dalam kampus maupun diluar kampus dan mampu menarik minat mahasiswa untuk bergabung dalam organisasi.

Maka dalam penelitian ini, humas UKM-F Rumah Film KPI berperan penting untuk mempertahankan citra organisasinya di dalam kampus UIN Raden Intan Lampung maupun diluar kampus. Untuk meneliti strategi-strategi yang dibuat oleh Humas Rumah Film KPI, sehingga rumusan masalah yang diangkat adalah : Bagaimana strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif dan Apa hasil dari strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif pada mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019.

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah teknik pengambilan sampel dengan (*purposive sampling*), teknik mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian.

Dari hasil penelitian ini, penulis mendapatkan kesimpulan strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positifnya yaitu dengan strategi: menjalin kerjasama hubungan baik, memperbarui media, dan Rumah Film KPI Go to School. Dengan menggunakan analisis teori menurut Cutlip Center dan Broom pelaksanaan strategi PR dalam berkomunikasi yaitu *credibility*(kredebilitas), *context*(konteks), *content*(isi), *clarity*(kejelasan), *continuity and consistency*(kontinuitas dan

konsisten), *cannels*(saluran), *capability of the audience*(kapabilitas khalayak), dan menghasilkan citra positif dengan memiliki program kerja yang unggul membuat mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 ikut bergabung dan ikut berkarya dalam Rumah Film KPI, serta membuktikan bahwa Rumah Film KPI juga mampu bersaing dalam berorganisasi dengan banyak menjalin kerjasama yang baik di internal dan eksternal kampus UIN Raden Intan Lampung.



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Linda Miranda  
NPM : 1841010549  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Strategi *Public Relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam Membangun Citra Positif**” adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun karya orang lain. Kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 28 Juni 2022

Penulis,



**Linda Miranda**

**NPM. 1841010549**

## PERSETUJUAN

**Judul Skripsi** : **Strategi Public Relations UKM-F Rumah Film**

**KPI dalam Membangun Citra Positif**

**Nama** : **Linda Miranda**

**NPM** : **1841010549**

**Jurusan** : **Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Fakultas** : **Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang  
Munaqosah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
UIN Raden Intan Lampung.

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Hasan Mukmin, M.A**

**NIP. 195501141987031001**

**Dr. Yunidar Cut Mutha Yanti, M.Sos.I**

**NIP. 196807201996031002**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Dr. Khairullah, S.Ag., M.A**

**NIP. 197303052000031002**




**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UIN RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎ (0721) 703260


**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Strategi Public Relations UKM-F Rumah Film KPI dalam Membangun Citra Positif” disusun oleh: **Linda Miranda**, NPM. **1841010549**, Jurusan: **Komunikasi dan Penyiaran Islam**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi pada: Hari/Tanggal: Selasa, 28 Juni 2022.

**TIM PENGUJI**

**Ketua Sidang** : Dr. Fariza Makmun, S. Ag, M. Sos. I (.....) 

**Sekretaris** : Ade Nur Istiani, M. I. Kom (.....) 

**Penguji I** : Dr. Faizal, S. Ag., M. Ag (.....) 

**Penguji II** : Dr. Hasan Mukmin, M.A (.....) 

**Penguji III** : Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I (.....) 

Mengetahui  
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

  
**Dr. Abdul Syukur, M.Ag.**  
NIP.196511011995031001



## MOTTO

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا

اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka yang mereka kwatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar. (Q.S. An-Nisa' ayat(9)).





## PERSEMBAHAN

Teriring doa dan rasa syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya dan sholawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, maka dengan kerendahan hati Alhamdulillah penulis telah selesaikan skripsi ini, yang kemudian penulis persembahkan sebuah karya ini sebagai tanda cinta dan kasihku kepada :

1. Ayahku tercinta Bapak Aliludin dan Ibuku tercinta Asmilauwati yang telah berjuang untuk menyekolahkanku dan memberikan yang terbaik untukku sampai ke jenjang ini. Terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan, kesabaran dan doa yang tidak pernah putus untuk anak gadismu ini.
2. Ayuk, kakak ipar, adikku, cik, dan ponakanku tercinta Reni Aggraini, Febriyan, Almisyah Rafif, Akbar, dan alesha yang selalu memberikan motivasi dan dukungan untukku semangat dalam segala keadaan dalam menyelesaikan skripsi.
3. Terimakasih juga untuk diri sendiri yang telah semangat berjuang menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Dan teman-teman satu almamater UIN Raden Intan Lampung.

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Linda Miranda dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 20 Mei 2000 dari pasangan bapak Aliludin dan ibu Asmilauwati sebagai anak ke-2 dari tiga bersaudara. Penulis memiliki satu orang kakak perempuan yaitu Reni Anggraini dan satu adik laki-laki yaitu Almisyah Rafif.

Penulis mengawali pendidikan di TK Amartatani di Bandar Lampung, kemudian melanjutkan sekolah di SDN 1 Labuhan Dalam dan lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan sekolah di SMPN 19 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2015, dan melanjutkan ke jenjang SMA di SMAN 13 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2018. Kemudian penulis melanjutkan strata (S1) di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Sejak tahun pertama perkuliahan penulis bergabung pada UKM-Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yaitu Rumah Film KPI sebagai sekretaris divisi Humas dari tahun 2018-2021.

Penulis,

Linda Miranda

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “ **Strategi Public Relations UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun Citra Positif** ”. Sholawat teriring salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang kita nantikan syafaatnya di akhirat kelak.

Penulisan skripsi ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M. Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memimpin dengan sangat baik.
2. Bapak Dr. Khairullah, S.Ag, M. A selaku ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan miss Ade Nur Istiani, M. I.kom selaku sekretaris urusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu segala urusan kemahasiswaan di Jurusan.
3. Bapak Dr. Hasan Mukmin, MA selaku pembimbing I dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan arahan nasehat dan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I selaku pembimbingan II dalam penulisan skripsi ini yang juga telah memberikan arahan dan nasehat kepada penulis selama menjadi mahasiswa di UIN Raden Intan Lampung. Berkat bimbingannya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

6. Seluruh Staf Akademik dan petugas perpustakaan di lingkungan UIN Raden Intan Lampung yang telah membantu dalam segala proses perkuliahan.
7. Keluarga besar jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya kelas KPI I angkatan 2018 yang telah bersama-sama berjuang dalam proses belajar di bangku perkuliahan ini.
8. Terimakasih keluargaku terutama kedua orang tua Bapak Aliludin dan Ibu Asmilauwati. Serta ayuk, kakak ipar, cik, adik dan ponakannku tercinta Reni Aggraini, Febrian, Almisyah Rafif, Akbar, dan alesha yang tidak hanya mendukung tapi selalu ada dan membantu kesulitan selama menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih sahabat seperjuangan kuliahku Ringgu Ayu, yang selama kuliah dan menyelesaikan skripsi ini selalu support dan memberikan vibes positifnya.
10. Terimakasih untuk bestie-bestieku Dita, Della yang selalu support dan membantu menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih untuk teman-teman rumahku Arum, Ani, Beka, Cika, Rio, Rahmat, Rian, Galeh yang selalu ngajakin healing.
12. Terimakasih untuk teman-teman KKN Pinang Jaya 2021 Ani, Ici, Aziz, Apriyan, Yuni, Tata, Wulan, Rey, Kurniawan, Yanuar yang sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi dan saling support dan tidak putus komunikasi baiknya.
13. Terimakasih juga kepada seluruh Crew UKM-F Rumah Film KPI khususnya angkatan 2018 dan kabinet manis untuk kebersamaannya selama ini yang tiada hentinya memberi dukungan dan semangat.
14. Dan terimakasih almamaterku UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, 28 Juni 2022

Penulis,

**Linda Miranda**  
**NPM. 1841010549**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	2
C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian .....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	7
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	8
H. Metode Penelitian .....	9
I. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II. STRATEGI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF</b>	
A. <i>Public Relations</i> dan Ruang Lingkupnya .....	17
1. Pengertian <i>Public Relations</i> .....	17
2. Ruang Lingkupnya .....	18
3. Peran, Fungsi dan tujuan <i>Public Relations</i> .....	19
B. Strategi <i>Public Relations</i> dan Ruang Lingkupnya .....	25
1. Pengertian Strategi.....	25
2. Strategi <i>Public Relations</i> .....	26
C. Citra dan Ruang Lingkupnya .....	30
1. Pengertian Citra .....	30
2. Jenis- Jenis, Peran dan Pembentukan Citra.....	31
3. Membangun citra positif .....	34

### **BAB III. GAMBARAN UMUM UKM-F RUMAH FILM KPI**

A. Profil Unit Kegiatan Mahasiswa Rumah Film KPI ...	37
1. Sejarah Rumah Film KPI .....	37
2. Visi dan Misi.....	39
3. Struktur Kepengurusan dan Anggota .....	39
4. Program Kerja Divisi Humas .....	41
5. Film dan Prestasi .....	43
6. Sarana dan Prasarana .....	45
B. Strategi <i>Public Relations</i> UKM-F Rumah Film KPI.	46
1. Menjadi Fasilitator .....	47
a. Menjalin kerja sama dan hubungan baik .....	48
b. Memperbarui Media.....	50
2. Menyiapkan Program Kerja yang Unggul .....	51
a. Mengadakan Seminar Perfilman .....	51
b. Rumah Film KPI <i>go too school</i> .....	51
3. <u>Membangun citra positif mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2019</u> .....	52
C. Hasil <u><i>Public Relations</i> UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif</u> .....	54
1. <u>Ketertarikan Menjadi Anggota</u> .....	54
2. <u>Menghasilkan Karya</u> .....	55
3. <u>Prestasi</u> .....	55

### **BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Strategi <i>Public Relations</i> .....	57
1. Menjalin kerjasama dan hubungan baik.....	58
2. Memperbarui media.....	60
3. Rumah Film KPI go To School .....	61
B. Hasil Strategi <i>Public Relations</i> .....	63

### **BAB V. PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Mohon Izin Penelitian Survei/Penelitian
2. Surat Keterangan Penelitian dari PTSP ke Rumah Film KPI
3. Surat Keputusan (SK) Judul Skripsi
4. Surat Hasil Turnitin Skripsi
5. Bukti Hadir Sidang
6. Dokumentasi penelitian



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk mempermudah dalam memahami judul skripsi ini dan menghindari kekeliruan persepsi serta salah penafsiran maka penulis akan menegaskan pengertian judul penelitian ini. Judul skripsi ini ialah **“STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* UKM-F RUMAH FILM KPI DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF”**.

*Strategi Public Relations*, Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki kurun waktu tertentu. Strategi berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.<sup>1</sup> Sedangkan *Public relations* atau dalam Bahasa Indonesia ialah Hubungan Masyarakat (HUMAS) adalah seni menciptakan perhatian publik yang lebih baik sehingga dapat memperoleh kepercayaan publik terhadap suatu organisasi.<sup>2</sup>

*Strategi public relations* dalam keseluruhannya berarti suatu rencana yang dilakukan seorang praktisi PR/Humas untuk menciptakan kesan baik dengan menggunakan cara yang strategis dan terencana untuk menimbulkan persepsi dan menciptakan perhatian publik yang lebih baik yang menguntungkan sehingga menghasilkan citra yang positif.<sup>3</sup>

UKM-F Rumah Film KPI adalah Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKM-F) yang berada dibawah koordinasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

---

<sup>1</sup> [http://Pengertian strategi,Wikipedia Ensiklopedia Gratis ,di akses 1 september 2021](http://Pengertian%20strategi,Wikipedia%20Ensiklopedia%20Gratis%20,di%20akses%201%20september%202021)

<sup>2</sup> Edy Sahputra Sitepu dan Faulina, *Profesional Public Relations* ( Medan : USU Press,2011) h. 2

<sup>3</sup> Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye public relations*,( Jakarta : Erlangga, 2003)h.13



Organisasi ini berfokus pada kegiatan pengembangan perfilman. UKM-F RFK ini berdiri pada tahun 2013, pada awalnya organisasi ini merupakan sebuah komunitas mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) yang kegiatannya pada saat itu berkumpul dan berdiskusi tentang perfilman, namun tidak hanya itu kegiatannya juga berhubungan dengan kegiatan sosial, oleh sebab itu salah satu mahasiswa jurusan KPI yaitu Robby Aditya Putra mendirikan Rumah Film KPI yang terus menghasilkan prestasi di bidang perfilman sampai disahkan menjadi UKM Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.<sup>4</sup> Sejak saat itu sampai sekarang Rumah Film KPI mampu mempertahankan eksistensinya didalam kampus maupun diluar kampus dengan banyak mendapatkan prestasi khususnya dibidang perfilman serta kegiatan sosial lainnya.

Membangun citra positif merupakan pencapaian bagi perusahaan maupun organisasi. didalam sebuah organisasi, dimana peran *public relations*/ humas menjadi sangat penting memberikan pengetahuan serta informasi dan kemudian disebarluaskan ke dalam internal organisasi maupun external, membangun citra positif bukan hanya tugas *public relations* tetapi juga pengurus yang ada didalam organisasi tersebut. Citra positif didalam UKM-Rumah Film KPI berfokus pada bagaimana strategi *public relations*/humas UKM-Rumah Film KPI dapat bersaing dengan organisasi-organisasi lainnya dengan mempertahankan citra positifnya.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu bertujuan mengetahui strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif pada mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019, dan untuk melihat apakah UKM-F Rumah Film KPI dapat bersaing dengan organisasi lainnya, sehingga bisa menjadi panutan mahasiswa lainnya untuk ikut

---

<sup>4</sup><http://rumahfilmkpi.blogspot.com/p/sejarah-rumah-film-kpi.html>, di akses pada tanggal 1 september 2021

serta berkegiatan positif di Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.

## B. Latar Belakang Masalah

Setiap organisasi dan perusahaan dibentuk berlandaskan oleh suatu tujuan, hal ini bertujuan untuk memperoleh penilaian yang baik. Organisasi atau perusahaan dibentuk agar tetap mampu eksis dan bertahan lama. Komunikasi yang baik dan hubungan yang baik dengan masyarakat atau publik merupakan salah satu hal yang dapat menunjang eksistensi suatu organisasi. Dalam membangun komunikasi yang baik ini, dibutuhkan seorang yang profesional yang baik antara publik dan organisasi yang dijalaninya yang lebih dikenal dengan sebutan *public relations* / Humas didalam sebuah organisasi.<sup>5</sup>

Keberadaan *Public relations* dalam suatu organisasi sebagai contoh bahwa *Public relations* memiliki peran yang penting dalam sistem manajemen organisasi. Hubungan antara *Public relations* dengan publiknya juga memperlihatkan bahwa strategi *public relations* memiliki hubungan yang positif dengan opini publiknya, dimana terlihat bahwa *public relations* berhasil dalam membangun citra positif di mata publik serta strateginya dalam menyampaikan informasi.<sup>6</sup> *Public relations* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan, serta kerjasama suatu organisasi atau perusahaan dengan publiknya dengan ikut terlibat dalam masalah-masalah atau isu-isu manajemen.

Aktivitas *public relations*/humas didalam suatu organisasi akan berpengaruh terhadap citra organisasi itu sendiri. Hasil informasi dan interaksi PR akan membentuk citra yang baik dalam benak khalayaknya. Citra yang baik dari suatu organisasi akan mempunyai dampak keuntungan, karena citra mempunyai

---

<sup>5</sup> Onong uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung, Mandar maju, 1993),h. 25 Cet III

<sup>6</sup> Nur Kholisoh, *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi*, dalam jurnal ilmu komunikasi, Vol 13, No.3, TH2015, hal.208

suatu dampak pada persepsi publik dari komunikasi dalam berbagai hal, sedangkan citra yang buruk akan merugikan organisasi.<sup>7</sup> Dalam jangka panjang citra baik membawa banyak manfaat, Strategi yang dibangun seorang PR dapat menanamkan kepercayaan kepada publik tidak hanya untuk memperoleh citra positif, tetapi citra positif yang sudah dibangun harus dipertahankan karena memiliki pengaruh dengan reputasi sebuah organisasi. Begitu kepercayaan publik luntur akibat reputasi negatif maka akan sulit bagi suatu organisasi untuk memulihkan kepercayaan tersebut.

Citra sebuah perusahaan atau organisasi akan terbentuk melalui proses program yang disusun dari *Public Relations*/humas yang ada didalam perusahaan atau organisasi, dengan begitu akan menghasilkan hubungan timbal balik yang diterima, dan akan muncul *image* perusahaan atau organisasi tersebut.<sup>8</sup> Oleh sebab itu, dilihat dari dua bentuk yang terkait dengan praktisi PR/Humas yaitu bentuk internal dan eksternal. Bentuk internal seperti ketua umum, sekretaris, bendahara, dan kepala divisi didalam UKM-F Rumah Film KPI dan yang melakukan praktisi PR/Humasnya adalah kepala divisi humas dibantu divisi media info , ketua umum dan anggota UKM-F Rumah Film KPI. Sedangkan bentuk eksternal publik yaitu orang yang berada diluar organisasi yang jelas mempunyai kaitan kepentingan dalam menjalin hubungan baik, seperti mahasiswa, organisasi didalam kampus, komunitas dan perusahaan yang berkaitan lainnya.

UKM-F Rumah Film KPI (RFK) adalah Unit Kegiatan Mahasiswa Fakultas (UKM-F) yang berada dibawah koordinasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung. RFK juga sebuah organisasi yang memiliki *public*

---

<sup>7</sup> Sisilia Herlina, Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN 2442-6926, Vol 4, No. 3, 2015,

<sup>8</sup> Winda Rahma Sari, Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Lembaga pada Badan Waqaf Al-qur'an, (Disertai; UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), hal 39

*relations/* humas yang berdiri dari tahun 2013 sampai sekarang, yang mampu mempertahankan citra positifnya hal itu tidak luput atas kinerja yang ada di divisi humas, dimana setiap tahunnya mereka memiliki strategi-strategi untuk mempertahankan citra positif dan eksistensinya didalam kampus maupun diluar kampus dengan mengikuti perkembangan zaman yang ada.

UKM-F Rumah Film KPI menggunakan *Public relations/*humas agar dapat lebih fokus dalam membentuk dan mempertahankan citra positifnya yang ada selama ini dengan mempromosikan UKM-F Rumah Film KPI yang tidak hanya di dalam internal kampus bahkan eksternal, dengan cara mengenalkan produk perfilman yang dibuat dan menyampaikan prestasi-prestasi yang diraih UKM-F Rumah Film KPI yang bertujuan membentuk dan mempertahankan citra positif UKM dimata mahasiswa atau masyarakat, menyangkut unsur-unsur citra baik, berkomunikasi dengan baik, saling pengertian, saling mempercayai, saling menghargai, dan toleransi dengan melakukan pemeliharaan antara organisasi dengan pihak internal maupun eksternal. Setiap organisasi memiliki masa kepengurusan yang membuat visi misi dan progja tiap divisinya berbeda untuk mempertahankan citra positifnya, keberhasilan suatu organisasi juga bergantung dengan apa yang diberikan kepada khalayaknya.

Pada permasalahan dari hasil pra survey diperoleh data bahwa terdapat mahasiswa yang merasa kesulitan untuk menentukan organisasi yang dipilih di dalam kampus UIN Raden Intan Lampung untuk mengembangkan kreativitasnya dan skill yang dimiliki sejak masi sekolah, dan untuk memperluas pengetahuan guna membangkitkan semangat untuk terus berkreasi, serta memotivasi agar terciptanya mahasiswa yang kreatif pada jurusan KPI khususnya pada mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019.

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap divisi humas UKM-F Rumah Film KPI untuk mengetahui strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif pada

mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 dan untuk melihat apakah UKM-F Rumah Film KPI eksis di dalam kampus maupun diluar kampus dapat bersaing dengan organisasi lainnya.

### C. Fokus Sub Penelitian

Untuk menghindari berbagai argumen, serta penafsiran berbeda-beda yang akan timbul setelah membaca tulisan ini dan untuk mencegah munculnya kesimpangsiuran dalam penelitian, maka peneliti memberikan batasan dalam penelitian ini untuk menghindari kesalahpahaman dalam mempersepsikan sehingga tidak keluar dari apa yang menjadi fokus penelitian. Dalam hal ruang lingkup penelitian, peneliti hanya fokus pada strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif. Berdasarkan fokus penelitian yang akan diteliti, maka peneliti mengemukakan penjelasan dan deskripsi fokus yang terdapat didalam judul yaitu :

#### 1. Strategi *public relations*

Strategi yang dimaksud yaitu terkait langkah-langkah, kumpulan cara, panduan atau program kerja yang dipilih dan diambil oleh divisi Humas UKM-F Rumah Film KPI dalam upayanya membangun citra positif organisasi pada mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019.

#### 2. Citra

Citra merupakan kesan, perasaan, atau gambaran diri publik terhadap organisasi. Citra juga merupakan hal utama yang hendak dicapai oleh praktisi *public relations*/humas dalam organisasi karena menjadi hal penting untuk keberlangsungan sebuah organisasi, dimana kesan ini yang dengan sengaja diciptakan oleh divisi Humas UKM-F Rumah Film KPI untuk mempertahankan citra organisasi yang baik dimata mahasiswa dan masyarakat umum dengan memperkenalkan produk film

yang dibuat dan prestasi yang telah diraih UKM-F Rumah Film KPI. Hal ini akan meningkatkan daya tarik yang akan membantu UKM-F Rumah Film KPI tetap eksis dengan perkembangan zaman yang ada.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana digambarkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif?
2. Apa hasil dari strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif pada mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019?

#### **E. Tujuan Penulisan**

1. Untuk mengetahui strategi *public relations* divisi Humas UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif.
2. Untuk mengetahui hasil dari strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif pada mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019.

#### **F. Manfaat Penulisan**

##### **a. Manfaat akademis**

Diharapkan secara akademis dapat memberikan referensi kajian dalam pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam *public relations*.

### **b. Manfaat praktis**

Diharapkan secara praktis dapat bermanfaat menambah pengetahuan tentang strategi *public relations* serta sebagai bahan evaluasi dalam memilih strategi untuk menghasilkan komunikasi yang efektif dalam melaksanakan kerja humas sehingga mendapat nilai yang positif.

## **G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Dalam penulisan ini penulis merujuk pada beberapa buku dan skripsi-skripsi yang pernah membahas tentang Strategi yang di lakukan Humas dalam sebuah organisasi atau perusahaan dalam membangun citra positif. Adapun skripsi-skripsi yang membahas tentang Strategi yang di lakukan Humas adalah :

“Strategi *Public Relations* dalam Membangun Citra Lembaga pada Badan Wakaf Al-quraan”. Penulis Winda Rahma Sari jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2018, dalam skripsi ini membahas bagaimana strategi *public relations* membangun citra lembaga dan bagaimana peran yang dilakukan untuk menghasilkan citra pada lembaga badan Waqaf Al-Quraan. Dalam penelitian ini menggunakan kualitatif dengan populasi dan sampel, hasil yang didapat dan dianalisis menggunakan teori Frank Jefkins, yang kemudian di ukur keberhasilannya dengan banyaknya tawaran project kerjasama yang dilakukan badan Waqaf Al-quran,

“Strategi *Public Relations* PT. Vale Tbk dalam Membangun Citra positif” penulis Herliyanti Sadid Parassa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Alaudin Makasar tahun 2018, dalam skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi *Public Relations* PT. Vale Tbk dan hambatannya melalui program PPTM dengan melakukan pendekatan pada aspek-aspek. Dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan penelitian komunikasi.

“Strategi Public Relations Radio 96.7 Hitz dalam membangun citra positif”, penulis Anggi Herlangga jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2016, dalam skripsi ini membahas tentang strategi dan indikator keberhasilan dengan menggunakan pendekatan paradigma penelitian, dengan mengumpulkan sejumlah asumsi masyarakat yang mendengar radio penulis menganalisis keberhasilannya melalui teori Frank Jefkins, dalam penelitian ini menghasilkan strategi dengan pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan brand image dari Hitz fm melalui twitter, facebook dan instagram. Citra yang digunakan oleh peneliti yaitu citra majemuk karena perbedaan profesi di Hitz fm membuat citra yang muncul menjadi multi tafsir tergantung dari sudut pandang mana melihatnya.

Dari penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa skripsi yang penulis ajukan tidak sama dengan beberapa skripsi diatas. Pada skripsi ini penulis meneliti “ Strategi Public Relation UKM-F Rumah Film KPI dalam Membangun Citra Positif” dimana penelitian ini berfokus pada strategi yang dilakukan oleh divisi Humas dengan program kerja menjalin kerjasama hubungan baik, memperbarui media, dan rumah film KPI *go to school* membuat Rumah Film KPI dikenal banyak kalangan mahasiswa bahkan organisasi external UIN Raden Intan Lampung.

## H. Metode Penelitian

Penentuan metode dalam penelitian adalah langkah yang sangat penting karena dapat menentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian. Ketetapan menggunakan metode penelitian sebagai tindakan yang harus dilakukan oleh seorang peneliti jika menginginkan penelitiannya dapat menjawab



masalah dan menemukan kebenaran.<sup>9</sup> Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

## **1. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian**

### **a. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini tergolong dalam penelitian lapangan ( Field Reasearch), yaitu penelitian yang ada dilapangan. Yang bertujuan untuk menghimpun informasi tentang kegiatan UKM-Rumah Film KPI.

### **b. Sifat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan keadaan suatu objek untuk mengambil kesimpulan secara umum, guna memberikan penjelasan dan jawaban terhadap pokok permasalahan yang penulis teliti.

## **2. Populasi dan Sampel**

### **a. Populasi**

Populasi menurut Sugiyono adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.<sup>10</sup> Populasi dapat disimpulkan sebagai keseluruhan subjek penelitian. Jadi, populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, terdiri dari mahasiswa KPI angkatan 2019 sebanyak 330 mahasiswa yang masih tercatat aktif sebagai mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam.

---

<sup>9</sup> Kholidi, S, Pengantar Psikologi Management, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Uin Raden intan Lampung, 2007, h. 43

<sup>10</sup> Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: Alfabeta, 2013) h. 67

## b. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati<sup>11</sup> dapat disimpulkan sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel penelitian ini disesuaikan dengan keberadaan masalah dan jenis data yang ingin dikumpulkan. Dalam penelitian ini subyek yang digunakan adalah divisi humas Rumah Film KPI. Teknik Pengambilan sampel yang peneliti gunakan yaitu sampel bertujuan (purposive sampling), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak memiliki kriteria tersebut tidak dijadikan sampel.

Maka kriteria sampel peneliti gunakan yaitu :

1. Pengurus inti yang berperan penting, dan utama dalam menjalankan tata kelola, serta koordinasi organisasi meliputi ketua umum, sekertaris umum, dan bendahara umum.
2. Ketua pengurus harian yang berperan dalam menjalankan tugas rutin organisasi meliputi ketua-ketua perbidang, atau kepala divisi humas dan media info.
3. Anggota aktif yang berada didalam organisasi tersebut.

Berdasarkan kriteria tersebut penulis dapat mengambil sampel sebanyak 8 orang pengurus dari Unit Kegiatan Rumah Film KPI.

---

<sup>11</sup> Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2014) ,h.153

### 3. Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian ini menggunakan beberapa metode sebagai dasar yang efektif untuk mendapatkan data-data dan informasi yang valid dan lengkap. Dalam hal ini menggunakan beberapa metode sebagai berikut :

#### a. Observasi

Observasi adalah suatu tindakan pengamatan langsung, yang bertujuan untuk mendapat data tentang suatu masalah sehingga diperoleh pemahaman atau sebagai alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dengan mendatangi sekret dan melihat suasana ruangan, kondisi kegiatan yang dilakukan Rumah Film KPI dan melakukan interview kepada pengurus Divisi Humas, Ketua Umum, Kepala Media Info dan Anggota UKM-F Rumah Film KPI.

#### b. Wawancara

Setelah melakukan observasi dengan mengunjungi sekret UKM-F Rumah Film KPI. Penulis menggunakan metode wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Penulis melakukan wawancara yang diajukan kepada kepala divisi Humas, Ketua Umum, Kepala Divisi Media Info dan Anggota UKM-F Rumah Film KPI dan beberapa mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2019 UIN Raden Intan Lampung.

#### c. Dokumentasi

Setelah melakukan observasi dan wawancara, penulis menggunakan metode dokumentasi yaitu teknik mencari data yang terkait dengan hal-hal penelitian dengan melakukan teknik pengumpulan data dan

dokumen-dokumen yang relevan. Dalam hal ini penulis memperoleh dokumen arsip yang berkaitan Rumah Film KPI dengan langsung mendatangi sekret atau mencari informasi melalui media internet, instagram maupun youtube UKM-F Rumah Film KPI dan mengambil dokumentasi foto pada saat wawancara.

#### **d. Metode Analisis Data**

Setelah melakukan pengumpulan data dengan lengkap dari lapangan maka langkah selanjutnya yaitu menganalisis data. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data yang dikumpulkan dari data lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian data disusun secara sistematis dan disederhanakan dalam bentuk yang mudah dibaca, diinterpretasikan, dan kesimpulannya mudah dipahami.

Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data kualitatif yaitu digambarkan dengan kalimat atau kata-kata, kemudian dipisah-pisahkan menurut kategori untuk diambil sebuah kesimpulan.<sup>12</sup>

Kemudian untuk menarik kesimpulan penulis menggunakan teknik :

1. Reduksi Data, yaitu merangkum atau memilih suatu hal yang pokok dan memfokuskan pada hal-hal penting. Tahap mereduksi data yang dimaksud penulis yaitu merangkum sekumpulan data yang didapat setelah penulis melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi .
2. Penyajian Data, setelah mereduksi data maka selanjutnya adalah penyajian data, dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dengan bentuk teks naratif. Penyajian

---

<sup>12</sup> Koenhordiningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat* ( Jakarta: PT. Gramedia Pusaka, 1993) h. 29

data akan memudahkan dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya. Dalam tahap ini peneliti akan membuat rangkuman secara deskriptif dan sistematis sehingga hasil penelitiandapat mudah dipahami.

3. Deduktif atau kesimpulan data, setelah melakukan reduksi data dan penyajian data kemudian penulis akan menarik kesimpulan dari hasil analisis yang dilakukan.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Agar penulisan skripsi ini bersifat sistematis dan mempermudah tahapan demi tahapan dapat memberikan secara ringkas kepada pembaca, maka peneliti membagunya dalam lima bab, dimana masing-masing bab tersebut saling terhubung.

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini peneliti menjabarkan pembahasan tahapan penelitian yaitu berisikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, metode pengumpulan data, dan kajian penelien terdahulu yang relevan.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini peneliti menjabarkan pembahasan teori yang yang terkait dengan menguraikan tentang pengertian strategi, jenis strategi pengertian *public relations*, peran *public relations*, fungsi *public relations*, tugas *public relations* dan pengertian citra, jenis citra,peran citra dan membangun citra positif.

### **BAB III : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini peneliti menjabarkan profil tentang Rumah Film Kpi, yang berisikan sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur kepengurusan, program kerja divisi humas, film dan prestasi,

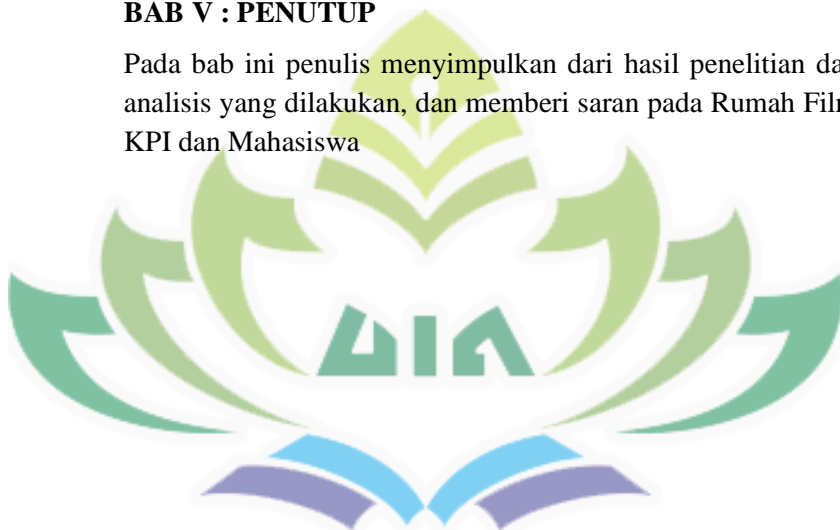
sarana dan prasarana serta data yang ditemukan berkaitan tentang strategi *public relations* dalam membangun citra positif.

#### **BAB IV : ANALISI PENELITIAN**

Pada bab ini setelah gambaran Rumah Film KPI sudah terlengkapi peneliti menguraikan hasil data serta analisis data penelitian mengenai masalah yang diteliti yang meliputi analisis data, temuan, dan dilanjutkan dengan pembahasan Strategi *public relations* UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif

#### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini penulis menyimpulkan dari hasil penelitian dan analisis yang dilakukan, dan memberi saran pada Rumah Film KPI dan Mahasiswa





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Pada akhir penulisan skripsi ini, penulis menyimpulkan beberapa kesimpulan mengenai “Strategi Public relations UKM-F Rumah Film KPI dalam membangun citra positif”.

Adapun hasil dari Strategi Public relations UKM-F Rumah Film KPI sebagai berikut :

##### 1. Strategi public relations

Berdasarkan teori pada Bab II, menurut Cutlip Center dan Broom pelaksanaan strategi PR dalam berkomunikasi yaitu dengan : *credibility*(kredebilitas), *context*(konteks), *content*(isi), *clarity*(kejelasan), *continuity and consistency*(kontinuitas dan konsisten), *cannels*(saluran), *capability of the audience*(kapabilitas khalayak). Menurut peneliti, strategi *public relations* yang dilakukan oleh humas UKM-F Rumah Film KPI sesuai dengan teori ini, dengan menjalin kerjasama dan hubungan baik, melakukan pembaharuan media sesuai isi content yaitu berkaitan dengan perfilman, dan mengadakan Rumah Film KPI go to school ini membuktikan strategi progja divisi humas berperan penting untuk mempertahankan citra positif Rumah Film KPI.

##### 2. Membangun citra positif

Berdasarkan teori pada Bab II, teori citra menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, dengan menggunakan jenis citra: (*Cooprare image*) Citra perusahaan yaitu citra yang berhubungan dengan organisasi itu sendiri, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal, serta diterima publiknya, dalam hal ini *public relations* berupaya dan ikut bertanggung jawab untuk mempertahankan citra perusahaan. Menurut peneliti teori ini berhasil melihat bagaimana citra positif Rumah Film KPI,



dengan progja-progja divisi humas Rumah Film KPI yang mampu membangun citra positif organisasinya dengan adanya progja-progja yang unggul berhasil mempengaruhi mahasiswa untuk ikut serta bergabung dalam organisasi UKM-F Rumah Film KPI, serta dapat mempertahankan eksistensi organisasi di internal dan eksternal.

Dalam strategi-strategi divisi humas UKM-F Rumah Film KPI ini bermanfaat menambah pengetahuan tentang strategi *public relations* serta sebagai bahan evaluasi dalam memilih strategi untuk menghasilkan komunikasi yang efektif dalam melaksanakan kerja humas sehingga mendapat nilai yang positif.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah penulis lakukan terhadap divisi humas Rumah Film KPI, maka penulis menyampaikan saran kepada mahasiswa dan pengurus UKM-F Rumah Film KPI.

1. Bagi divisi humas Rumah Film KPI, pertahankan citra positif yang sudah dimiliki dan tingkatkan kreatifitas mengenai perfilman dan tetap terus berinovasi agar mampu bersaing dengan organisasi yang ada di UIN Raden Intan Lampung.
2. Bagi pembaca, sebagai bahan evaluasi dalam memilih strategi untuk menghasilkan komunikasi yang efektif dalam melaksanakan kerja humas sehingga mendapat nilai yang positif.

## DAFTAR PUSTAKA

### JURNAL :

- Agnes Datuela, *Strategi Public Relations PT. Telkomsel Branch Manado dalam Mempertahankan Citra Perusahaan*, Jurnal “Acta Diurna”, Vol II Th. 2013
- Liyanti Yumei dan Wiyatmoko, *Analisis Empiris Public Relations terhadap Citra Hero Supermarket*, dalam jurnal Komunikasi Universitas Tarumanegara, VOL III, No.1
- Nur Kholisoh, *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi*, jurnal ilmu komunikasi, Vol 13, No.3, TH. 2015
- Novianti Saputra, *Optimalisasi Model Strategi Public Relations Museum Penerangan dalam Membentuk Citra Publik*, dalam Jurnal Ilmu Komunikasi Vol 2, No.1
- Sri Hadijah Arnus, *Public relations; Human relations*, jurnal almunzir, Vol.6, No.1, TH2013
- Sisilia Herlina, *Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan di Kota Malang*, JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ISSN 2442-6926, Vol 4, No. 3, 2015,
- Yosua Jefri Apriyananta, *Penggunaan Website dan Media Sosial dalam Membangun Citra Positif Peguruan Tinggi*, jurnal Komunikatif, Vol 7, NO. 2
- Wayan Supada, *Peran Public Relations dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi*, dalam jurnal Communicare, VOL I, No. 1
- Widya ningsih, *Perancangan Branding Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo Sebagai Produk Budaya Lokal*, dalam jurnal Keterbukaan Informasi dan Pencitraan, VOL.1. NO.1
- Selvina L. Lengkong, Mariam sondakh dan J. W sonda, *strategi public relations dalam pemulihan citra perusahaan studi kasus rumah makan kawan baru manado*, dalam jurnal Acta Diurna, Vol.4, No. 1

## BUKU :

- Anne Gregory, *Perencanaan dan Manajemen Kampaye Public relations*, (Jakarta: Erlangga, 2004)
- Edy Sahputra Sitepu dan Faulina, *Profesional Public Relations* ( Medan : USU Press,2011)
- Frida Kusumastuti, *Dasar-Dasar Humas*, (Bogor: PT. Ghalia Indonesia, 2004)
- George A. Steiner, *Kebijakan dan Strategi Manajemen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1997)
- Koenhordiningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat* ( Jakarta: PT. Gramedia Pusaka, 1993)
- M. Nasor, *Public Relations*, ( Bandar Lampung: Perpustakaan Fakultas Dakwah Iain Raden Intan Lampung,1993) Cet-1
- Onong uchjana Effendy, *Human Relations dan Public Relations*, (Bandung, Mandar maju, 1993), Cet III
- Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007). Cet ke-21,h.32
- Oemi Abdurracman,*Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995)
- Rachmat Kriyanto, *Public relations writing*, ( Jakarta : Prenada Media Group, 2016) cet-4
- Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye public relations*,( Jakarta : Erlangga, 2003)
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2008)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, ( Jakarta: Erlangga, 2007)
- Suharsimi Arikanto, *Produser Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011)

Widya ningsih, *Perancangan Branding Kampoeng Batik Jetis Sidoarjo Sebagai Produk Budaya Lokal*, dalam jurnal Keterbukaan Informasi dan Pencitraan, VOL.1. NO.

#### INTERNET :

*Pengertian strategi*, Wikipedia Ensiklopedia Gratis, di akses 1 september 2021

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/strategi>

*Sejarah UKM-F Rumah Film KPI*

<http://rumahfilmkpi.blogspot.com/p/sejarah-rumah-film-kpi.html>,

#### KAJIAN YANG RELEVAN :

Anggi Herlangga, "*Srategi Public Relations Radio 96.7 Hitz Fm dalam Membangun Citra Positif*", (Disertai, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2016)

Herlianty Sadid Parassa, *Strategi Public relations PT. Vale Tbk dalam Membangun Citra Perusahaan*, (Disertai: UIN Alauddin Makassar, 2015)

Winda Rahma Sari, *Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Lembaga pada Badan Waqaf Al-qur'an*, (Disertai; UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018)

Wahyu Ridha, *Strategi Public Relations dalam Membangun Citra Perusahaan pada Exellent Islamic School (Exiss) A BA TA Srengseng Jawa Barat*, ( Disertai; UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014

