

# SERASI

Jurnal Vol. 16 No. 2 Oktober 2018

ISSN: 2085-0700 (cetak) 2622-5913 (online)

❖ **KOMUNIKASI KELUARGA ANTARA ORANG TUA DENGAN ANAK  
DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER ANAK YANG JUJUR**

Dini Maryani Sunarya dan Dwi Prijono Soesanto

❖ **PEMAHAMAN MAHASISWA TERHADAP TEKNOLOGI PAJAK  
PADA MATA KULIAH ADMINISTRASI PERPAJAKAN AKADEMI  
SEKRETARI BUDI LUHUR**

Reni Hariyani dan Iis Torisa Utami

❖ **PREDIKSI BIDANG KERJA BAGI LULUSAN PROGRAM STUDI  
VOKASI SEKRETARIS MENGGUNAKAN TEKNIK KLASIFIKASI  
DATA MINING**

Dyah Retno Utari

❖ **PENGARUH PUBLISITAS ANGGOTA DPR RI TERHADAP CITRA  
RUMAH ASPIRASI**

Medya Apriliansyah

❖ **RANCANGAN PROTOTIPE APLIKASI PERSIAPAN TES KEMAHIRAN  
BERBAHASA INGGRIS BERBASIS *WEB* UNTUK MAHASISWA  
PROGRAM STUDI SEKRETARI**

Achmad Syarif dan Rizky Eka Prasetya

❖ **PENTINGNYA KEKUATAN FINANSIAL PERUSAHAAN PEMBORONG  
DEMI KESEJAHTERAAN PEKERJA *OUTSOURCING* DAN  
KELANGSUNGAN KERJASAMA DENGAN KLIEN**

Fenti Sofiani dan Alnisa Min Fadlillah



JURNAL SEKRETARI & ADMINISTRASI

# SERASI

Jurnal Serasi | Vol. 16 | No. 2 | Oktober 2018

ISSN: 2085-0700 (cetak) 2622-5913 (*online*)

- ❖ **KOMUNIKASI KELUARGA ANTARA ORANG TUA DENGAN ANAK DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER ANAK YANG JUJUR**  
Dini Maryani Sunarya dan Dwi Prijono Soesanto
- ❖ **PEMAHAMAN MAHASISWA TERHADAP TEKNOLOGI PAJAK PADA MATA KULIAH ADMINISTRASI PERPAJAKAN AKADEMI SEKRETARI BUDI LUHUR**  
Reni Hariyani dan Iis Torisa Utami
- ❖ **PREDIKSI BIDANG KERJA BAGI LULUSAN PROGRAM STUDI VOKASI SEKRETARIS MENGGUNAKAN TEKNIK KLASIFIKASI DATA MINING**  
Dyah Retno Utari
- ❖ **PENGARUH PUBLISITAS ANGGOTA DPR RI TERHADAP CITRA RUMAH ASPIRASI**  
Medya Apriiliansyah
- ❖ **RANCANGAN PROTOTIPE APLIKASI PERSIAPAN TES KEMAHIRAN BERBAHASA INGGRIS BERBASIS *WEB* UNTUK MAHASISWA PROGRAM STUDI SEKRETARI**  
Achmad Syarif dan Rizky Eka Prasetya
- ❖ **PENTINGNYA KEKUATAN FINANSIAL PERUSAHAAN PEMBORONG DEMI KESEJAHTERAAN PEKERJA *OUTSOURCING* DAN KELANGSUNGAN KERJASAMA DENGAN KLIEN**  
Fenti Sofiani dan Alnisa Min Fadlillah



Akademi Sekretari Budi Luhur, Jakarta  
Website: <http://astri.budiluhur.ac.id>  
**Jurnal Serasi | Vol. 16 | No. 2 | Oktober 2018**  
Jurnal Sekretari dan Administrasi

Penanggung Jawab:

Fenti Sofiani, S.Pd., M.M.

Pemimpin Redaksi:

Achmad Syarif, S.T., M.Kom.

Dewan Redaksi:

Reni Hariyani, S.E., M.Akt.

Rizky Eka Prasetya, S.Hum., M.Hum.

Editor:

Achmad Syarif, S.T., M.Kom.

Alamat Redaksi:

Layanan Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat

Akademi Sekretari Budi Luhur

Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta 12260

Telepon: 021-5853753 ext 223

Faks: 021-7371165

E-mail: [serasi@budiluhur.ac.id](mailto:serasi@budiluhur.ac.id)

*Online* Jurnal: <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/serasi>

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
KOMUNIKASI KELUARGA ANTARA ORANG TUA DENGAN ANAK DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER ANAK YANG JUJUR Dini Maryani Sunarya dan Dwi Prijono Soesanto .....	81
PEMAHAMAN MAHASISWA TERHADAP TEKNOLOGI PAJAK PADA MATA KULIAH ADMINISTRASI PERPAJAKAN AKADEMI SEKRETARI BUDI LUHUR Reni Hariyani dan Iis Torisa Utami .....	103
PREDIKSI BIDANG KERJA BAGI LULUSAN PROGRAM STUDI VOKASI SEKRETARIS MENGUNAKAN TEKNIK KLASIFIKASI DATA MINING Dyah Retno Utari .....	115
PENGARUH PUBLISITAS ANGGOTA DPR RI TERHADAP CITRA RUMAH ASPIRASI Medya Apriliansyah .....	125
RANCANGAN PROTOTIPE APLIKASI PERSIAPAN TES KEMAHIRAN BERBAHASA INGGRIS BERBASIS <i>WEB</i> UNTUK MAHASISWA PROGRAM STUDI SEKRETARI Achmad Syarif dan Rizky Eka Prasetya .....	133
PENTINGNYA KEKUATAN FINANSIAL PERUSAHAAN PEMBORONG DEMI KESEJAHTERAAN PEKERJA <i>OUTSOURCING</i> DAN KELANGSUNGAN KERJASAMA DENGAN KLIEN Fenti Sofiani dan Alnisa Min Fadlillah .....	143

## PENGARUH PUBLISITAS ANGGOTA DPR RI TERHADAP CITRA RUMAH ASPIRASI

Medya Apriliansyah

Program Studi Sekretari, Akademi Sekretari Budi Luhur

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh publisitas anggota DPR RI terhadap citra rumah aspirasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori citra. Paradigma yang dijadikan sebagai dasar dalam penelitian ini adalah paradigma *positivisme*, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, sementara metode yang digunakan adalah metode survey eksplanatif asosiatif. Adapun objek penelitiannya adalah publisitas dan citra sedangkan subjek penelitiannya adalah masyarakat di kota Sukabumi yang berjumlah 225.349. Hasil penelitian ini didapatkan melalui penyebaran questioner kepada 100 sampel yang mewakili dari populasi. Dapat diketahui bahwa responden mayoritas menyatakan setuju dari semua pernyataan yang diberikan mengenai publisitas. Sementara itu hasil dari Koefisien Korelasi didapatkan nilai sebesar 0.971 yang artinya hubungan antara kedua variabel dinyatakan sangat kuat, sedangkan hasil Koefisien Determinasi didapatkan sebesar 76.7% yang berarti besarnya kontribusi dari publisitas terhadap citra rumah aspirasi.

**Kata-kata Kunci:** Publisitas, Citra, DPR RI

### *MEMBER OF DPR RI PUBLICITY IMPACT TO RUMAH ASPIRASI IMAGE*

### ABSTRACT

*This study aims to determine how much influence publicity of DPR RI member to the image of aspiration houses (rumah aspirasi). The theory used in this research is image theory. Positivism paradigm is used of paradigm as the basis for this research is with the quantitative approach. The method used is an associative explanative survey method. The object of the research is publicity and image while the research subject is the people in the city of Sukabumi, amounting to 225.349. The results of this study were obtained through questionnaire dissemination to 100 representative samples from the population. Based on the results of the study, it can be seen that the majority of respondents agreed to all the statements given regarding publicity. The results of the Correlation Coefficient obtained a value of 0.971, which means the relationship between the two variables was stated to be very strong, while the results of the Determination Coefficient were 76.7%, it indicates the magnitude of the contribution of publicity to the image of aspiration house.*

**Keywords:** *Publicity, Image, DPR RI*

---

**Korespondensi:** Medya Apriliansyah, S.E., M.Si. Akademi Sekretari Budi Luhur. Jalan Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260. *Email:* medya.apriliansyah@budiluhur.ac.id

**Submitted:** Agustus 2018, **Accepted:** September 2018, **Published:** Oktober 2018  
ISSN: 2085-0700 (cetak) 2622-5913 (online), *Website:* <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php?journal=serasi>

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pesta demokrasi di Indonesia sebentar lagi akan dilaksanakan di tahun 2019, semua partai sudah siap untuk mengusung para calon anggota legislatifnya untuk ikut serta dalam pemilu tahun 2019 yang akan diselenggarakan pada bulan April 2019. Semua partai sudah mempersiapkan strategi-strategi komunikasi politiknya untuk dapat memenangkan kursi terbanyak di DPR. Tidak sedikit partai yang mengusung nama-nama besar dan *public figure* seperti artis-artis ternama di Indonesia. Seperti Partai Nasdem yang saat ini menggandeng artis-artis ternama di Indonesia diantaranya, Ola Ramlan, Nafa Urbach, Christina, Lucky Hakim yang sebelumnya di Partai PAN, Okky Asokawati yang sebelumnya di Partai PPP, dan masih banyak lainnya.

Sementara itu Partai lainnya yang juga ikut serta dalam bursa calon legislatif yang mengusung nama-nama artis besar lainnya di Indonesia adalah Partai Amanat Nasional (PAN). Saat ini PAN juga sudah mengusung nama-nama calon legislatifnya dari kalangan artis dan *public figure* lainnya seperti Desy Ratnasari yang saat ini masih menjabat sebagai anggota DPR RI, Yayuk Basuki yang juga sama masih menjabat sebagai anggota DPR RI, dan saat ini PAN mengusung artis komedian Miing yang sebelumnya pindah dari Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan.

Pencitraan yang baik di mata masyarakat menjadi hal yang penting untuk dipunyai oleh

seorang calon anggota legislatif. Salah satu artis yang sampai saat ini sangat mementingkan citra baik di mata masyarakat adalah Desy Ratnasari. Artis yang sudah berkiprah lebih dari 25 tahun di dunia hiburan ini, sekarang sudah memfokuskan dirinya di dunia politik dimulai dari pemilu 2014 yang menjadikan dirinya terpilih menjadi anggota DPR RI untuk periode 2014-2019. Desy Ratnasari, yang lebih dikenal dengan panggilan “Teh Desy” atau “Teteh” ini sudah menjabat sebagai anggota DPR RI selama 4 tahun, dan masa jabatannya akan habis satu tahun lagi. Teteh saat ini berada di bawah Partai Amanat Nasional yang mengusungnya untuk duduk di DPR RI.

Citra Desy ini dapat dijadikan sebagai modal bagi partai dalam memenangkan kursi di DPR RI. Untuk itu Desy tetap membutuhkan publisitas sebagai dasar untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang apa saja kegiatan Desy saat ini, bagaimana kinerjanya dan apa saja yang sudah dilakukan Desy untuk masyarakat yang diwakilinya khususnya Kota Sukabumi selama Desy menjabat sebagai anggota DPR RI.

Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh Saung Aspirasi Desy Ratnasari sebagai PR Desy ini sangat diperlukan untuk dapat mempertahankan citra baik Desy di mata masyarakat, dan hal ini sangatlah tidak mudah. Bagaimana cara untuk menarik perhatian masyarakat lain yang sebelumnya tidak memilih Desy sebagai wakilnya di DPRRI, maupun mempertahankan masyarakat yang

memilih Desy untuk tetap loyal, hal ini menjadi suatu permasalahan yang signifikan. Di sinilah perlunya peran aktif seorang *Public Relations* dalam meningkatkan citra diri yang positif di mata khalayak dengan melakukan publisitas. Desy harus bisa melakukan kegiatan PR ini sendiri untuk dapat menjaga dan meningkatkan citra dirinya di mata masyarakat sebagai salah satu bentuk kepedulian Desy akan masyarakat yang diwakilinya di DPR RI.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang citra Desy Ratnasari menjelang pemilu 2019 nanti, dengan mengambil judul Pengaruh Publisitas Anggota DPR RI Terhadap Citra Rumah Aspirasi (Studi Kasus Pada Rumah Aspirasi Desy Ratnasari Sebagai Anggota DPRRI Dari Fraksi Partai Amanat Nasional Periode 2014-2019).

### **Rumusan Masalah**

Adapun peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti ke dalam beberapa poin pertanyaan penelitian sebagai berikut; (1) Adakah pengaruh publisitas anggota DPR RI terhadap citra diri? (2) Seberapa besar pengaruh publisitas anggota DPR RI terhadap citra diri?

### **Tujuan Penelitian**

Sementara itu, tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui adakah pengaruh publisitas anggota DPR RI terhadap citra diri? (2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh publisitas anggota DPR RI terhadap citra diri?

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Publisitas**

Setiap fungsi dan salah satu tugas setiap *public relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas diketahui oleh publik. Setelah itu, menghasilkan publisitas untuk mendapatkan tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat. Dalam hal ini, tugas *public relations officer* adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers atau wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.<sup>1</sup>

Selama ini terdapat anggapan bahwa publisitas dan publikasi adalah kegiatan yang sama, yaitu mengenalkan perusahaan kepada pihak luar, pendapat ini memang bisa diterima, namun dalam konteks kegiatan *public relations* publisitas dan publikasi berbeda. Perbedaan ini terletak pada media yang digunakan, publisitas adalah publikasi yang menggunakan media massa sebagai sarana penyebarluasan informasi. Publisitas adalah “publikasi perusahaan yang dimuat media massa. Dengan demikian, pengertian publikasi lebih luas dan publisitas adalah bagian dari aktivitas publikasi.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Ruslan, Rosady, 2010. Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hlm. 13-15

<sup>2</sup> Kriyantono, Rachmat, 2012. Public Relations Writing, Jakarta: Kencana. Hlm. 33

Definisi publisitas menurut Herbert M. Baus publisitas adalah “pesan yang direncanakan, diedukasi, dan dikontribusi melalui media tertentu untuk memenuhi kepentingan publik tanpa membayar pada media”<sup>3</sup>

### Prinsip-prinsip Publisitas

Beberapa prinsip-prinsip utama dalam kegiatan publisitas, yaitu mencakup (1) Kreativitas, mengandung arti mendorong *antusiasme* dan perhatian *public* melalui kegiatan yang cerdas, unik dan segar. (2) Beragam, bila publisitas hanya menggunakan satu media saja dipandang belum memadai, maka harus menggunakan beberapa media. (3) Kuantitas, yang pada dasarnya prinsip repetisi untuk menyampaikan pesan secara berulang-ulang pada publik. (4) Visibilitas, berarti materi publisitas tersebut dapat dengan mudah dilihat oleh publik atau perhatian publik atau perhatian publik dapat tertuju oleh publisitas tersebut. (5) Legibilitas bentuk tulisan untuk menyampaikan pesan cukup jelas diikuti oleh publik untuk publisitas dalam bentuk media apapun. (6) Mudah dipahami, yang mengandung arti rangkaian pesan sangat mudah dipahami oleh publik.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Muslimin, 2004. Humas dan Konsep Kepribadian. UMM Press. Hlm. 19

<sup>4</sup> Iriantara, 2011. Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Parktis. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 19

### Citra Perusahaan

“Citra perusahaan merupakan bagian dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset.”<sup>5</sup>

Menurut Shirley Harisson informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen berikut ini, yaitu (1) Kepribadian (*Personality*). Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial. (2) Reputasi (*Reputation*). Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank. (3) Nilai (*Value*). Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap nasabah, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan nasabah. (4) Identitas perusahaan (*Corporate Identity*). Komponen-komponen yang mempermudah

---

<sup>5</sup> Jefkins, Frank, disempurnakan oleh Daniel Yadin, 2014. Public Relations, Edisi Kelima, Jakarta: PT. Glora Angkasa Pratama. Hlm. 9



pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.<sup>6</sup>

**Hipotesis**

Pada penelitian ini, peneliti telah membuat hipotesis atau dugaan sementara bahwa “Publikasi Anggota DPR RI berpengaruh signifikan terhadap Citra Rumah Aspirasi.” Sedangkan secara teoritis, hipotesis dalam penelitian ini adalah H<sub>0</sub>: Publikasi Anggota DPR RI tidak berpengaruh signifikan terhadap citra rumah aspirasi. H<sub>1</sub>: Publikasi Anggota DPR RI berpengaruh signifikan terhadap citra rumah aspirasi.

**METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma *positivisme* dengan pendekatan penelitiannya yaitu kuantitatif dimana seluruh data instrumen berupa kuesioner diterjemahkan ke dalam bentuk angka. Semua data dianalisis dengan menggunakan SPSS 22. Penelitian ini mengukur data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah yang berupa kuesioner tentang pengaruh publisitas anggota DPR RI terhadap citra rumah aspirasi. Penelitian ini bersifat eksplanatif karena dalam penelitian ini, peneliti ingin menjelaskan suatu fenomena yang terjadi di masyarakat yaitu tentang publisitas anggota DPR RI dan citra rumah aspirasi. Penelitian ini ingin menjawab

apakah ada pengaruh yang signifikan dari publisitas anggota DPR RI terhadap citra rumah aspirasi.

**Objek Penelitian**

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah publisitas anggota DPR RI dan Citra rumah aspirasi. Sedangkan subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat yang terdaftar jadi pemilih dalam pemilu legislatif 2019 di Kota Sukabumi.

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini yaitu berasal dari jumlah masyarakat pemilih pada pemilu 2019 berdasarkan data dari KPU yaitu jumlah DPS di Kota Sukabumi, yaitu sebanyak 225.349. Untuk sampel yang dihasilkan dari hasil perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin didapat jumlah sampel sebanyak 99,9 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

Metode penelitian pada naskah artikel menjelaskan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, waktu dan lokasi penelitian, instrumen penelitian, cara pengambilan sampel, pengumpulan data, dan analisis data.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Korelasi**

**Tabel 1 Hasil Perhitungan Korelasi**

	SUM X	SUM Y
SUM X Pearson Correlation	1	.971**
Sig. (2-tailed)		.000
N	100	100

<sup>6</sup> Suwandi, Iman Mulyana Dwi, 2007. Citra Perusahaan, Seri Manajemen Pemasaran. Jakarta. Hlm 4

SUM Y	Pearson Correlation	.971**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji korelasi melalui *Pearson Correlation* didapatkan nilai signifikansinya adalah sebesar 0.000 yang artinya hubungan antar variabel dikatakan signifikan. Sementara tingkat hubungannya berada di angka 0.941. Hal ini dapat diartikan bahwa tingkat hubungan antara kedua variabel yaitu variabel X (Publisitas) dan variabel Y (Citra) adalah dalam tingkat hubungan yang sangat kuat.

**Analisis Regresi**

**Tabel 2 Analisis Regresi**

**Analisis Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.875	1.772		1.279	.132
Pengelolaan Website	.799	.149	.978	12.741	.000

a. Dependent Variable: Citra Institusi

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Pada tabel di atas dapat dimasukan kedalam rumus regresi linear adalah sebagai berikut ini:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6.875 + 0.799X$$

Dari hasil rumus regresi linear tersebut dapat disimpulkan bahwa jika variabel X (Publisitas tidak mengalami peningkatan atau konstan maka variabel Y (Citra) akan menghasilkan nilai sebesar 6.875. Sementara jika variabel X (Publisitas) mengalami peningkatan sebesar per satu satuan, maka variabel Y (Citra) akan mengalami peningkatan nilai sebesar 0.799.

**Koefisien Determinasi**

**Tabel 3 Koefisien Determinasi**

**Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.971 <sup>a</sup>	.767	.898	3.885

a. Predictors: (Constant), SUM X

b. Dependent Variable: SUM Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Pada tabel di atas dapat menunjukkan bahwa nilai *R Square* adalah sebesar 0.887. Untuk mengetahui seberapa besar efek dari antar variabel maka dapat dihitung melalui rumus Koefisien Determinasi sebagai berikut ini:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

$$KD = 0.767 \times 100\%$$

$$KD = 76.7\%$$

Maka dari rumus Koefisien Determinasi di atas dapat diartikan bahwa besar efek dari variabel X (Publisitas) terhadap variabel Y

(Citra) adalah sebesar 76.7%, dan sisanya sebesar 13.3% berhubungan dengan faktor-faktor lain di luar dari faktor publisitas.

**Uji Hipotesis**

**Tabel 3 Anova**

**Anova**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6389.225	1	8672.782	876.386	.000 <sup>a</sup>
Residual	2934.746	9	25.019		
Total	8943.116	9			

a. Predictors: (Constant), SUM X

b. Dependent Variable: SUM Y

Sumber: Hasil Penelitian, 2018

Dilihat dari tabel 3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari tabel Anova adalah sebesar 0.000. Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan di bagian awal maka dapat ditunjukkan bahwa Jika Sig < 0.050 → Tolak H<sub>0</sub> sehingga H<sub>1</sub> diterima (Signifikan). Jika Sig > 0.050 → Terima H<sub>0</sub> sehingga H<sub>1</sub> ditolak (Tidak Signifikan).

Maka dapat dilihat bahwa 0.000 < 0.050, yang artinya bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan pada tabel Anova lebih kecil dari < 0.050 yang artinya adalah H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Dimana hipotesis yang diajukan di bagian awal yaitu publisitas berpengaruh signifikan terhadap citra rumah aspirasi adalah diterima (signifikan).

**SIMPULAN**

Hubungan antara Publisitas dengan Citra mempunyai hubungan yang sangat kuat. Hasil ini didapatkan dari nilai koefisien korelasi yaitu 0,941. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari daya tarik presenter terhadap minat masyarakat dalam menonton program televisi, dianalisis melalui perhitungan yang didapatkan pada Koefisien Determinasi yaitu sebesar 76.7%. Hal ini berarti bahwa kontribusi dari Publisitas terhadap Citra adalah sebesar 76.7% sedangkan sisanya sebesar 13,3% adalah faktor-faktor lain yang memengaruhi Citra. Sementara dalam membuktikan hipotesis yang diajukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa nilai uji hipotesis menghasilkan nilai sebesar 0.000, dimana < 0.050, yang mempunyai arti bahwa H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Jadi Hipotesis peneliti yang menyatakan bahwa Publisitas berpengaruh signifikan terhadap Citra.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang peneliti dapatkan, peneliti ingin memberikan saran yang berhubungan dengan penelitian ini dimana ditemukan beberapa kelemahan dalam kegiatan publisitasnya, yaitu diantaranya (1) Untuk hal kreativitas, diharapkan Saung Aspirasi Desy Ratnasari dapat meningkatkan kreatifitasnya dalam membuat publisitas melalui *website* ataupun melalui media sosial, khususnya yang berhubungan dengan cepat tanggap dalam merespon aspirasi masyarakat. (2) Pada hal beragam, disarankan kepada Saung Aspirasi Desy Ratnasari memberikan beragam informasi tentang kegiatan yang

dilakukan Desy Ratnasari sebagai anggota DPR RI sebagai salah satu kegiatan yang publisitas yang transparan. (3) Untuk hal kuantitas, disarankan Saung Aspirasi dapat terus memberikan informasi terus menerus dan *terupdate*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Iriantara, 2011. Media Relations Konsep, Pendekatan, dan Praktis. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Jefkins, Frank, disempurnakan oleh Daniel Yadin, 2014. Public Relations, Edisi Kelima, Jakarta: PT. Glora Angkasa Pratama.
- Kriyantono, Rachmat, 2012. Public Relations Writing, Jakarta: Kencana.
- Muslimin, 2004. Humas dan Konsep Kepribadian. UMM Press.
- Ruslan, Rosady, 2010. Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suwandi, Iman Mulyana Dwi, 2007. Citra Perusahaan, Seri Manajemen Pemasaran. Jakarta.

ISSN 2085-0700



Akademi Sekretari Budi Luhur  
Jln.Ciledug Raya Petukangan  
Jakarta Selatan 12260