

## ABSTRAK

**Ajeng Wulandari. 1154060003. Strategi *Public Relations* PT. Netmediatama Televisi dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Komunitas NET. Good People.**

PT. Netmediatama Televisi merupakan salah satu perusahaan televisi nasional swasta yang ada di Indonesia yang baru didirikan selama enam tahun dan berperan aktif dalam membangun sebuah komunitas yaitu Komunitas NET. Good People. Kegiatan tersebut dilakukan sebagai salah satu strategi *Public Relations* PT. Netmediatama Televisi untuk merangkul pemirsanya, agar merasa lebih dekat, adanya *sense of belonging*, sebagai upaya membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dalam rangka meningkatkan dan membangun citra positif perusahaan sehingga PT. Netmediatama televisi dapat menunjukkan citra perusahaan yang baik serta positif dimata pemirsanya. Komunitas NET. Good People ini sudah tersebar di 60 kota Se-Indonesia dari Aceh sampai ke Papua Barat dengan jumlah anggota 12.528 orang dalam kurun waktu dua tahun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi *Public Relations* PT. Netmediatama Televisi melalui Komunitas NET. Good People mulai dari tahap pendefinisian masalah, tahap perencanaan dan pemograman, tahap pelaksanaan dan pengkomunikasian hingga tahap evaluasi.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep *Four Step Public Relations* menurut Cutlip, Center and Broom. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivistik. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif.

Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, dimana peneliti berusaha memberikan deskripsi gambaran berupa fakta dan data apa yang ada di lapangan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan observasi pasipatori pasif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan oleh *Public Relations* PT. Netmediatama Televisi dalam meningkatkan citra perusahaan melalui komunitas NET. Good People dimulai dengan ; 1) Melakukan tahap pendefinisian masalah yang terdiri dari pengidentifikasi masalah serta pengumpulan data. 2) Tahap kedua yaitu perencanaan dan pemograman yang terdiri dari membuat proposal kreatif, Penetapan Tujuan, Penetapan Khalayak Sasaran, serta Pembagian Jobdesk atau Pembagian Tugas. 3) Tahap ketiga yaitu Pelaksanaan dan Pengkomunikasian yang terdiri dari menggunakan Komunikasi Informal, Jalur dan Media Komunikasi yang digunakan, Penyampaian Pesan yang efektif dan efisien, serta Menghindari terjadinya *Misscommunication*. 4) Tahapan yang terakhir yaitu Evaluasi yang terdiri dari target yang diharapkan tercapai, mengukur tingkat keberhasilan, serta mengatasi kendala atau hambatan yang terjadi.

## **ABSTRACT**

**Ajeng Wulandari. 1154060003. The Strategy of Public Relations of PT. Netmediatama Television in Increasing the Corporate Image through the NET. Good People Community.**

*PT. Netmediatama Television is one of the private national television companies in Indonesia which has only been established for six years and has an active role in building a community, the NET. Good people Community. The activity was carried out as one of PT. Netmediatama Television to embrace loyal viewers, so they feel closer, a sense of belonging, as an effort to foster a harmonious relationship between the company and surrounding communities in order to improve and build a positive image of the company so that PT. Netmediatama television can show a good and positive company image in the eyes of its loyal viewers. NET. Good People Community has spread to 60 cities across Indonesia from Aceh to West Papua with a total membership of 12.528 people within two years.*

*This study aims to determine the Public Relations Strategy of PT. Netmediatama Television through the NET. Good People Community starts from the problem definition stage, the planning and programming stage, the implementation and communication stage to the evaluation stage.*

*The concept used in this research is the Four Step Public Relations concept according to Cutlip, Center and Broom. The paradigm used in this study is the post-positivistic paradigm. The approach used in this study is a qualitative approach.*

*The method is a descriptive qualitative analysis, where researchers try to provide a description of the form of facts and data in the field. This study uses in-depth interview data collection technique and passive observation.*

*The results showed that the strategy of the Public Relations of PT. Netmediatama Television in improving corporate image through the NET. Good People community starts with; 1) Perform the problem definition stage which consists of identifying the problem and collecting data. 2) The second stage is planning and programming which consists of making creative proposals, Goal Setting, Targeting Audiences, and Job description or Task Distribution. 3) The third stage is the Implementation and Communication, which consists of using Informal Communication, Paths and Communication Media used, Effective and efficient Message Delivery, and Avoiding Missing Communication. 4) The last stage is Evaluation, which consists of targets to achieve, measures the level of success, and overcomes obstacles or obstacles that occur.*