

ABSTRAK

Cici Septiani. Peran Fasilitator Komunikasi dalam Membangun Kepercayaan Publik Eksternal (Analisis Deskriptif pada *Corporate Communication* PT Bio Farma (Persero)).

PT Bio Farma (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi vaksin dan anti sera. PT Bio Farma sangat berkaitan erat dengan produknya yaitu vaksin dan anti sera begitu pula dengan kepercayaan publik terhadap produk akan sama berpengaruhnya terhadap perusahaan. Membangun kepercayaan publik perusahaan terutama publik eksternal menjadi salah satu tujuan *Public Relations* dalam perusahaan, atau sebagai tanggung jawab *Corporate Communication* PT. Bio Farma sebagai *Public Relations* perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai upaya perusahaan dalam mencapai kepercayaan publik yang positif, menjaga komunikasi yang efektif antara perusahaan dan publik eksternal, dan menyediakan fasilitas komunikasi bagi publik eksternal. Penelitian ini didasarkan pada konsep peran *public relations* dari Cutlip, dengan salah satu peran yang ditekankan yaitu peran fasilitator komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan interpretatif dan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan jenis data primer dan sekunder serta teknik pengumpulan data melalui proses wawancara mendalam dan studi dokumentasi di lokasi penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran fasilitator komunikasi dalam membangun kepercayaan publik eksternal yang dilakukan oleh *Corporate Communication* PT Bio Farma dilakukan dengan upaya memberikan informasi kepada publik eksternal melalui berbagai *channel*. Upaya dalam menjaga komunikasi yang efektif yaitu dengan menyampaikan informasi terkini perusahaan kepada publik eksternal melalui fasilitas komunikasi yang disediakan oleh PT Bio Farma yaitu website, dan akun sosial media seperti instagram, twitter, youtube, milik PT Bio Farma yang dikelola langsung oleh *Corporate Communication*, atau melalui berbagai media konvensional seperti majalah, koran, atau melalui *roadshow*. Publik bisa berinteraksi langsung dengan perusahaan melalui berbagai *channel* yang disediakan oleh PT Bio Farma.

Peran fasilitator komunikasi yang dilakukan oleh *Corporate Communication* PT Bio Farma dalam membangun kepercayaan publik eksternal dilaksanakan dengan menjaga komunikasi yang efektif diantara perusahaan dan publik eksternal, menyampaikan beragam informasi terupdate perusahaan yang disampaikan kepada publik eksternal melalui fasilitas komunikasi yang disediakan oleh *Corporate Communication* yaitu *website* dan media sosial, atau juga melalui media konvensional maupun *roadshow*. Fasilitas komunikasi tersebut merupakan tempat publik dan perusahaan berinteraksi.

Kata kunci: fasilitator komunikasi, *Corporate Communication*, publik eksternal, kepercayaan publik