

ABSTRAKSI

Aldi Eliyadin Saifullah Strategi Image Building PT.PRFM melalui program Media Partner (Studi kasus mengenai pembentukan Citra di Radio Pikiran Rakyat 107,5 FM Bandung)

Fenomena tentang *image building* khususnya pembangunan citra positif yang telah terjadi baik dalam sebuah perusahaan maupun instansi pemerintahan dapat dijadikan acuan bahwa aktivitas *image building* tidak bisa diabaikan oleh jajaran pimpinan, karena itu meneliti dan mengkaji proses pembentukan citra yang dikembangkan oleh Radio PRFM dalam pengembangan sebagai media partner menjadi menarik untuk diteliti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Image Building* PT.PRFM melalui program Media Partner dalam membentuk citra positif di masyarakat, Implementasi *Situation/situasi*, *Objective/sasaran*, *Tactic/Metode*, *Action/pelaksanaan*, dan *Controlling/pengawasan* dalam membentuk citra positif melalui program media partner Radio PRFM di masyarakat.

Penelitian tentang strategi *Image Building* melalui program media partner menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Pembahasan data dilakukan dengan menggunakan teori *Four Step Public Relations*.

Hasil dari penelitian tersebut menghasilkan informasi bahwa Strategi *Defining public relations problem* PT.PRFM dalam mengembangkan program media partner difokuskan pada satu elemen penting dalam suatu perusahaan yaitu karyawan dengan cara membentuk kondusifitas kerja karyawan adalah dengan Award Karyawan, Pengajian Rutin, Olahraga bersama, dan *family Gathering*. Strategi perumusan *planning and programming* PT.PRFM selama ini dilakukan melalui Pelayanan prima, *Talkshow*, Iklan, Keagamaan, Pendidikan, Sosial dan Hiburan. Dengan dasar itulah aktualitas pelayanan prima, *talkshow*, Iklan, keagamaan, pendidikan, sosial dan hiburan. Strategi *taking action and communication* PT.PRFM selama ini dilakukan oleh dua divisi yaitu Divisi Marketing Komunikasi dan Divisi Redaksi. Pelaksanaan media partner terbagi menjadi dua yaitu *semi barter* dan *full barter*. Strategi *evaluating the program* PT.PRFM selama ini dilakukan dengan Rapat Evaluasi dan Kroscek lapangan.