

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI *PUBLIC RELATIONS*

Skripsi, Februari 2023

Piranti Belapati Harjuna

2017140210

Strategi *Public Relations* Program Bina Kampung dalam Membangun Citra di Era Pandemi Covid-19

ABSTRAK

PT. BSD Tbk terus berupaya menjadi perusahaan terbaik dalam kinerja keuangan dan operasi, serta dalam memberikan kontribusi yang berarti bagi seluruh *stakeholders*. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi *Public Relations* untuk membangun citra yang telah dimiliki sebelumnya oleh PT BSD Tbk. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi *Public Relations* Program Bina Kampung : 1) *fact finding* (pencarian fakta) 2) *planning* (perencanaan), 3) *action & communicating* (aksi dan komunikasi), 4) *evaluating* (Evaluasi). Untuk mengetahui bagaimana Strategi *Public Relations* Program Bina Kampung dalam Membangun Citra di Era Pandemi Covid-19. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut : *Fact Finding* (Pencarian Fakta), pada tahap ini penemuan fakta yang terjadi pada program Bina Kampung adalah permasalahan masifnya penyebaran virus Covid-19 di wilayah BSD City. Kemudian, *Planning* (Perencanaan) yang dijalankan PT BSD Tbk untuk menindaklanjuti fakta permasalahan yang ada adalah dengan cara membangun hubungan yang baik dengan para *Stakeholder*. Tahap selanjutnya, *Action & Communicating* (Aksi dan Komunikasi) dijalankan berdasarkan pengamatan dan perencanaan yang telah ditetapkan maka penanganan yang harus dilakukan adalah dengan: (1) Melakukan kerjasama dengan stakeholder. (2) bekerjasama dengan pers atau media untuk peliputan media pada saat program Bina Kampung berlangsung untuk memperoleh citra positif. Sedangkan strategi komponen komunikasi: menentukan komunikator yang memiliki kredibilitas untuk membuka acara, seperti Walikota Tangerang Selatan, komisaris/CEO PT BSD Tbk., atau tokoh masyarakat, memilih pesan yang informatif, persuasif dan edukatif mengenai program Bina Kampung agar memiliki daya tarik yang tinggi. Terakhir *Evaluating* (Evaluasi), dengan melihat strategi PT BSD Tbk melalui program Bina Kampung dalam membangun citra perusahaan meliputi membangun citra positif, meningkatkan pelayanan, membangun hubungan yang baik dengan stakeholder dan melakukan promosi yang berkelanjutan bisa dikatakan *Public Relations* program Bina Kampung dapat terwujud.

Kata kunci: Strategi *Public Relations*, Citra, Program Bina Kampung, PT. BSD Tbk

Referensi : 29 buku, 7 jurnal, 6 Website

Pembimbing : Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si