# ABSTRAK

Strategi Public Relation PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Terhadap Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung

Oleh :

Nama : Nur Friza.Ermawan

NIM : 41806038

Skripsi ini dibawah bimbingan:

Drs.Manap Solihat, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Sejauhmana Strategi Public Relation PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Melalui Program Press Awards PT. Telkomsel Terhadap Citra PT. Telkomsel Regional Jawa Barat Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode penelitian survei dengan teknik koresional, sedangkan dalam teknik pengumpulan data penelitian metode yang digunakan penulis adalah angket, wawancara, dan studi pustaka. Populasi dari penelitian ini adalah para wartawan media cetak bandung yang menjadi mitra Telkomsel Regional Jawa barat. Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik Total Sampling.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan antara Rencana kegiatan *Press Awards*. *Public Relations* PT. Telkomsel dengan Citra PT. Telkomsel dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung, dengan nilai korelasi sebesar 0,884. Adanya pengaruh yang signifikan antara Pesan kegiatan *Press Awards* dengan Citra PT. Telkomsel dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung, dengan nilai korelasi sebesar 0,713. Adanya pengaruh yang signifikan antara Media kegiatan *Press Awards* dengan Citra PT. Telkomsel dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung, dengan nilai korelasi sebesar 0,777.Adanya pengaruh yang signifikan antara Strategi *Public Relations* PT. Telkomsel dengan Persepsi PT. Telkomsel dimata Wartawan Media Cetak Bandung, dengan nilai korelasi sebesar 0,728. Adanya pengaruh yang signifikan antara Strategi *Public Relations* PT. Telkomsel dengan Kognisi PT. Telkomsel. Dimata Wartawan Media Cetak Bandung, memiliki nilai korelasi sebesar 0,740. Adanya pengaruh yang signifikan antara Strategi *Public Relations* PT. Telkomsel dengan sikap PT. Telkomsel dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung, memiliki korelasi sebesar 0,629.

Penulis menarik kesimpulan bahwa Strategi Public Relation PT. Telkomsel Melalui Program *Press Awards* PT.Telkomsel Terhadap Citra PT. Telkomsel Dikalangan Wartawan Media Cetak Bandung sudah dinilai cukup.

Saran dari penulis kepada pihak *Public Relations* dalam melaksanakan strategi *press awards* dalam membentuk citra Telkomsel Regional Jawa barat adalah dengan meningkatkan hubungan yang baik dan harmonis di lingkungan eksternal, baik dengan konsumen maupun dengan mitra kerjanya khususnya wartawan sebab dalam hal ini sebuah perusahaan butuh wartawan sebagai media penyampaian informasi pada publik.