ABSTRAK

STRATEGI HUMAS PT. DIRGANTARA INDONESIA PERSERO MELALUI *PLANT TOUR* DALAM MEMBENTUK CITRA PERUSAHAAN

(Suatu Studi Deskriptif Analisis Dengan Data Kualitatif Tentang Strategi Humas Yang Dilaksanakan Oleh Pihak Protokoler Melalui *Plant Tour*)

Oleh :
Yudi Satria Purana
NIM 41807033

Skripsi ini dibawah bimbingan:
Dra. Kiki Zakiah, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan, menceritakan, dan merumuskan persoalan yang peneliti teliti tentang Strategi Humas PT. Dirgantara Indonesia Persero melalui *Plant Tour* Dalam Membentuk Citra Perusahaan. Sehingga untuk menjawab penelitian diatas maka peneliti mengangkat beberapa sub fokus yang beberapa berasal dari definisi strategi yakni Rencana, Kegiatan, Pesan, Citra, dan Media.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif, sedangkan metode penelitian adalah deskriptif dengan data kualitatif. Sebagian besar data dikumpulkan melalui wawancara dan observasi serta didukung oleh studi pustaka dan internet searching. Informan dalam penelitian ini diambil dari Divisi Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) yang terlibat dalam kegiatan *Plant Tour* dan salah seorang mahasiswi sebagai peserta dari kegiatan tersebut.

Hasil dari penelitian ini adalah Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) telah melakukan langkah-langkah yang sebelumnya telah direncanakan dalam melaksanakan kegiatan *Plant Tour* guna mencapai tujuan tertentu yakni membentuk citra perusahaan. Upaya pengembangan juga dilakukan PT. Dirgantara Indonesia dengan menjalin hubungan yang baik dengan seluruh komponen masyarakat. Telah terpenuhinya kriteria-kriteria dalam identifikasi masalah penelitian ini yakni yakni rencana, kegiatan, pesan, media, dan citra sebagaimana mestinya maka dapat dikatakan Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) telah berhasil menjalankan strateginya untuk membentuk citra perusahaan melalui *plant tour* sesuai dengan perencanaan yang ada.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi Humas yang dilakukan melalui *Plant Tour* dimulai dari proses perencanaan peserta, proses pelaksanaan kegiatan, penyampaian pesan, penggunaan media, dan proses evaluasi telah menunjang keberhasilan perusahaan untuk membentuk citra perusahaan yang positif.

Saran yang diberikan adalah sebaiknya Humas PT. Dirgantara Indonesia (Persero) secara rutin memberikan pelatihan-pelatihan khusus mengenai ilmu komunikasi publik kepada karyawan perusahaan supaya dapat memberikan kinerja yang terbaik bagi perusahaan.

ABSTRACT

PUBLIC RELATIONS STRATEGIC OF PT.DIRGANTARA INDONESIA (PERSERO) *THROUGH PLANT TOUR TO FORM CORPORATE IMAGE*
(A Study Descriptive Analysis With Qualitative Data About Public Relations Strategies Implemented by the Protocol Parties Through Plant Tour)

By :
Yudi Satria Purana
NIM 41807033

Research under supervise :
Dra. Kiki Zakiah, M.Si

This study aims to describe, explain, narrate, and formulate issues that researcher do carefully about the strategy of Public Relations of PT. Dirgantara Indonesia Persero *through Plant Tour to form corporate image. So to answer the above research, the researcher picked up several sub focus some of it derived from the definition of the strategy that is Plan, Activities, Message, Image, and Media.*

Research approach is qualitative, while the method is descriptive with qualitative data. Most of the data collected through interviews and also observation, supported by the literature and internet searching. Informants in this study were drawn from the Public Relations Division of PT. Dirgantara Indonesia (Persero) *that was involved in Plant Tour activities and one student as a participant of the activity.*

The results of this research is Public Relations of PT. Dirgantara Indonesia (Persero) *has taken steps that had previously been planned in conducting Plant Tour in order to achieve certain objectives that form the corporate image. Development efforts are also conducted by* PT. Dirgantara Indonesia (Persero) *to establish a good relationship with the entire community. Fulfilled the criteria for the identification of the research problem that is the Plan, Activities, Messages, Media, and the Image properly then it can be said Public Relations of* PT. Dirgantara Indonesia (Persero) *has successfully run its strategy to establish a corporate image through a plant tour in accordance with the existing plan.*

The conclusion of this research is a Public Relations strategy conducted through Plant Tour starts from the participants planning process, the implementation process of activities, delivering messages, media usage, and evaluation processes has been support the success of the company to establish a positive corporate image.

Researcher suggest the Public Relations of PT. Dirgantara Indonesia (Persero) *routinely provide specialized training on public communication to the company's employees in order to provide the best performance for the company.*