

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

R. Bicky Reza Putra

Pengelolaan Media Relations Dalam Memperbaiki Citra PT. Barata Indonesia (Persero) Paska Pemberitaan Negatif Tahun 2016-2017

Tahun Skripsi: 2018 + 147 Halaman

Daftar Pustaka: 9 buku + 5 Internet + 3 Jurnal

PT. Barata Indonesia (Persero) Merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara dibidang manufaktur, Paska peristiwa korupsi dan kegagalan dalam melaksanakan kerjasama pada pelelangan yang dimenangkan PT. Barata Indonesia mengalami pemberitaan negatif yang berdampak pada citra perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengelolaan media relations PT. Barata Indonesia dalam memperbaiki citra perusahaan pada tahun 2016-2017. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui wawancara dengan informan, serta dokumen-dokumen relevan yang terkait dengan pengelolaan media relations PT. Barata Indonesia tahun 2016-2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media relations PT. Barata Indonesia dibawah pengawasan corporate secretary sudah berjalan dengan baik. Dalam upayanya memperbaiki citra perusahaan, Humas PT. Barata Indonesia terlebih dahulu memperbaiki atau meningkatkan kompetensi para staff dengan mengikutsertakan pada workshop kehumasan. Selanjutnya Humas membuat program yang ditujukan untuk memonitoring setiap pemberitaan sehingga dapat mengantisipasi pemberitaan negatif di media cetak maupun online. Selain itu humas juga menjalin hubungan dan kerjasama dengan media-media nasional melalui berbagai program media gathering, melalui upaya ini diharapkan PT. Barata Indonesia melalui pemberitaan dan publikasinya dapat menyebarkan pemberitaan positif yang berdampak pada citra perusahaan.

Kata Kunci: Media Relations, Citra, PT. Barata Indonesia.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta
Faculty of Social and Political Sciences
Department of Communication Science
Concentration Public Relations
Management of Media Relations in Repairing the Image of PT. Barata Indonesia
(Persero) Post Negative News 2016-2017
Thesis Year: 2018 + 147 Pages
Bibliography: 9 Books + 5 Internet + 3 Journals

PT. Barata Indonesia (Persero) Is a State-Owned Enterprise company in the field of manufacturing, Post-corruption events and failure to carry out cooperation at the auction won by PT. Barata Indonesia experienced negative news that had an impact on the company's image. This study aims to describe the management of media relations PT. Barata Indonesia in improving the company's image in 2016-2017. The research method used in this study was descriptive and analyzed qualitatively. Sources of data in this study were obtained through interviews with informants, as well as relevant documents related to the management of media relations PT. Barata Indonesia in 2016-2017. The results of the study show that the management of media relations PT. Barata Indonesia under the supervision of a corporate secretary has gone well. In its efforts to improve the company's image, Public Relations of PT. Barata Indonesia first improved or improved the competence of the staff by participating in public relations workshops. Furthermore, PR makes a program aimed at monitoring each news so that it can anticipate negative coverage in print and online media. Besides that public relations also establishes relationships and cooperation with national media through various media gathering programs, through this effort it is expected that PT. Barata Indonesia through its reporting and publication can spread positive news that has an impact on the company's image.

Keywords: Media Relations, Image, PT. Barata Indonesia