



**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

NAMA : Astri Indriani Yunita  
NIM : 44208110067  
JUDUL : STRATEGI COMMUNITY RELATIONS SEBAGAI  
PENGUATAN BRAND IMAGE SURYA 12 PT. GUDANG  
GARAM TBK (STUDI KASUS PADA EVENT MOTORIDERS  
COMMUNITY 2012)  
Bibliografi : V bab, 113 halaman, 12 lampiran, 24 buku (1992 – 2012)

**ABSTRAK**

PT. Gudang Garam adalah salah satu dari perusahaan yang saat ini sedang begitu *intens* untuk terjun ke dunia *automotive* khususnya motor. Mereka beranggapan bahwa dengan terjun ke dunia *automotive* khususnya motor mereka mampu meningkatkan *brand image* melalui beberapa *event* yang diadakan yang berkaitan dengan dunia *automotive* motor.

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Community Relations*, di dalam *Community Relations* terdapat hubungan komunitas dan organisasi, proses *Community Relations* dan strategi *Community Relations*, namun yang menjadi fokus penelitian ini adalah tahapan proses *Community Relations* dan strategi *Community Relations* yang meliputi ; pengumpulan fakta, perumusan masalah, perencanaan dan pemograman, aksi dan komunikasi, evaluasi sebagai praktik *brand activations* di PT. Gudang Garam Tbk untuk meningkatkan atau menguatkan *brand image* Surya 12.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian yang bersifat studi kasus.

Dalam penelitian ini, guna mendapatkan hasil yang relevan dengan tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui strategi *Community Relations* sebagai penguatan *brand image* Surya 12 PT. Gudang Garam Tbk (studi kasus pada event *Motoriders Community* 2012). Penelitian dilakukan mulai bulan September 2012 sampai dengan Januari 2013 yang diawali dengan observasi dan dilanjutkan dengan wawancara mendalam dengan pihak – pihak yang terkait.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan PT. Gudang Garam Tbk merasa sangat perlu memiliki kedekatan dan kerjasama dengan komunitas motor sport dalam mengkomunikasikan *Brand Image* Surya 12 dalam *event Motoriders Community*, diwilayah Jawa Timur (Surabaya & Malang), yang berfokus pada strategi *Community Relations*.