



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

**TRI MUHARYANTI (44209010032)
PERAN PUBLIC RELATIONS PT CITRA NUSA INSAN CEMERLANG
(CNI INDONESIA) DALAM MENJALIN HUBUNGAN BAIK DENGAN
MEDIA MASSA
(PERIODE JULI-OKTOBER 2012)
VBAB+ 123 Halaman+ Lampiran+ 84 Halaman
Bibliografi (1990-2011)**

ABSTRAKSI

Public Relations PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI Indonesia) memiliki peran penting dalam tersebarnya isu positif perusahaan ke masyarakat luas melalui media massa. Dimana hubungan diantara Public Relations dengan media massa biasa di sebut dengan Media Relations. Peran Public Relations disini adalah menjembatani hubungan antara perusahaan dengan media massa melalui aktivitas Media Relations. Dimana Peran yang di lakukan merupakan implementasi dari Teori Empat Peran Public Relations Dozier&Broom yakni Teknisi Komunikasi, Penentu Ahli, Fasilitator Komunikasi dan Fasilitator Pemecah Masalah.

Dalam aktivitas Media Relations yang di lakukan PR baik dalam kegiatan formal maupun informal bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan media massa. Dimana dari hubungan baik tersebut akan dapat membantu tujuan perusahaan yakni tersebarnya isu positif perusahaan ke masyarakat luas. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan Peran Public Relations PT Citra Nusa Insan Cemerlang (CNI Indonesia) dalam Menjaln Hubungan Baik dengan Media Massa.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data berupa hasil *in depth interview* (wawancara mendalam) antara peneleti dengan para *informan*. Selain itu juga di dukung dengan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, observasi, dan data dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran Public Relations dalam menjalin hubungan baik dengan media massa sudah baik. Dimana peran Public Relations yang paling dominan adalah Fasilitator Komunikasi dan Penentu Ahli. Di sini Public Relations tak hanya berhasil menjembatani hubungan antara PT CNI Indonesia dengan media massa namun juga menyebarkan isu positif perusahaan ke media massa untuk nantinya di sebar oleh media massa ke masyarakat luas.