

UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
JURUSAN PUBLIC RELATIONS

Fitria Ayuningtyas ( 44210110133)

Strategi e-PR Melalui CEO Blog [www.hasnulsuhaimi.com](http://www.hasnulsuhaimi.com) periode 2012-2013 dalam Meningkatkan Citra Perusahaan PT XL Axiata Tbk.

(i-x) halaman + 98 halaman : tabel + Lampiran : Daftar Pustaka (2000-2007)

### ABSTRAK

Memahami bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya tergantung pada mutu produk dan jasanya tapi juga kepiawaan membangun citra perusahaan. Maka seharusnya setiap perusahaan perlu mengetahui citranya di masyarakat. Namun, peneliti melihat masih sedikit perusahaan yang sungguh-sungguh berupaya membangun citra. Ketidaksungguhan mereka dalam membangun citra terlihat dari tidak adanya tim khusus yang bertugas untuk mengevaluasi citra perusahaan serta minimnya alokasi dana untuk kegiatan tersebut.. Di sisi lain, reputasi perusahaan merupakan aset penting yang harus diperlihara dan dipertahankan karena mempengaruhi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin pesat dewasa ini telah membuat dunia terasa makin kecil dan ruang seakan menjadi tak berjarak lagi. Mulai dari wahana teknologi komunikasi yang paling sederhana berupa perangkat radio dan televisi hingga internet dan telepon genggam dengan aplikasi tanpa kabel, informasi berkembang dengan sangat cepat. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi e-PR melalui CEO Blog [www.hasnulsuhaimi.com](http://www.hasnulsuhaimi.com) periode tahun 2012-2013 dalam meningkatkan citra perusahaan PT XL Axiata Tbk

Teori yang digunakan untuk penelitian ini adalah strategi e-PR dalam meningkatkan citra perusahaan oleh Bob Julius Onggo yang akan dijadikan sebagai pedoman untuk fokus penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif karena ingin menggambarkan dan menjelaskan strategi e-PR yang dijalankan oleh Corporate Communications dalam meningkatkan citra perusahaan PT XL Axiata Tbk.. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada satu *key* informan yaitu pimpinan PT XL Axiata Tbk dan juga lima informan lainnya yaitu karyawan-karyawan, dan masyarakat pengguna provider XL Axiata.

Hasil penelitian ini menunjukkan perusahaan selama ini cukup mengimplementasikan *strategi e-PR* dengan baik. Hal itu dilihat dari sebagian besar kriteria strategi e-PR untuk ,meningkatkan citra perusahaan, diantaranya telah diterapkan dengan cukup baik.