



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI HUBUNGAN MASYARAKAT**

ABSTRAKSI

WINNY MELIANA (4420411-063)

**Peran dan Fungsi Public Relations Bimasena *The Mines and Energy Society*
Dalam Mengelola Corporate Image
Ix + 82 halaman, 45 lampiran
Bibliografi: 21 (1999-2008)**

Public Relation merupakan ujung tombak bagi perusahaan, dalam setiap kegiatan departemen mempunyai nilai tersendiri yang perlu dikomunikasikan kepada publiknya. Secara keseluruhan mengenai informasi atau data-data tersebut ditampung dan diolah oleh Public Relations sebagai bentuk promosi atau publikasi untuk disampaikan kepada publiknya. Disini peneliti memilih objek sebuah club executive yaitu sebuah sarana perkumpulan bagi masyarakat pertambangan dan energi untuk bersinergi. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana identifikasi peran dan fungsi PR Bimasena dalam meningkatkan cooperate image.

Peran dan fungsi Public Relations Bimasena sebagai *Comunnicator* menjadi mediator kepada media dalam hal publisitas. *Relationship* yaitu membina hubungan baik dengan publiknya melalui saluran komunikasi telepon, direct mail atau tatap muka. *Back Up Management* yaitu membantu departemen lain dalam menginformasikan produk atau programnya kepada member atau publik. *Good Image Maker* yaitu melakukan publisitas melalui media terpilih yang memiliki *high level market* atau *readers*.

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan *Indepth Interview* atau wawancara mendalam dengan Public Relations dan Club Director Bimasena dan beberapa nara sumber lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peran dan Fungsi Public Relations Bimasena telah dijalankan ada yang tidak sesuai dan adapula yang sesuai dengan teori-teori yang diuraikan dalam penelitian ini, walaupun memiliki kelemahan dalam prakteknya belum terlihat suatu inovasi dari program Public Relations, peneliti menyimpulkan kegiatan seperti *food promo* disalah satu restoran di Bimasena bekerjasama dengan institusi bank swasta, bertujuan untuk mengelola good corporate image merupakan kekuatan pada peran dan fungsi PR. Peneliti menyarankan kepada PR Bimasena, mencoba untuk membuat suatu program sosial yang melibatkan klien atau *member* Bimasena.