Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Program Studi Public Relations

Yuliana

44208010067

Aktivitas Humas Kementerian Perdagangan RI dalam Sosialisasi Program 100% Cinta Indonesia

vi+99+32

bibliografi : 31

ABSTRAK

Program 100% Cinta Indonesia adalah salah satu program pemerintah dalam rangka menyikapi perkembangan ekonomi dunia yang semakin kompetetif gerakan / kampanye untuk meningkatkan rasa bangga dan apresiasi masyarakat Indonesia.

Konsep dan teori yang relevan dengan penelitian ini antara lain, Komunikasi, Pengertian Public Relations, Pengertian Aktivitas Public Relations, dan Pengertian Sosialisasi

Tipe penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu mengungkapkan suatu masalah, keadaan, atau suatu peristiwa sebagaimana adanya menggambarkan secara objektif mengenai keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan melakukan wawancara mendalam (Indept Interview) kepada orang tiga informan.

Kesimpulan penelitian menunjukan aktivitas Internal meliputi kegiatan papan pengumuman, publikasi internal ACI, dan pertemuan berkala. Sedangkan aktivitas eksternal dengan melakukan kegiatan open house, pameran, opini, dan penerimaan penghargaan.

Kesimpulan penelitian bahwa aktivitas Humas Kementerian Perdagangan RI dalam sosialisasi program 100% Cinta Indonesia meliputi aktivitas internal meliputi program pembuatan media publikasi internal ACI. Sementara eksternal meliputi program memperkenalkan produk melalui media publikasi eksternal.