

ABSTRAKSI

INDAH PUJI NUR KHIKMAH

04202-045

**KEGIATAN PUBLIC RELATIONS PT LG ELECTRONICS INDONESIA
DALAM MEMPUBLIKASIKAN AC NEO PLASMA PLUS (Periode Februari
2006-Maret 2006)**

xii + 82 halaman; 1 tabel; 11 lampiran

Bibliografi : 23 Acuan (1984 – 2006)

Dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi baik profit maupun non profit yang memiliki divisi *public relations* di dalamnya, maka seorang *public relations* harus membantu majunya perusahaan untuk memasyarakatkan perusahaan atau yang telah dihasilkan oleh perusahaan kepada khalayaknya melalui kegiatan komunikasi. Dan PT LG Electronics Indonesia merupakan perusahaan yang menganggap penting *public relations* sebagai salah satu departemen yang membuat program komunikasi agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai, yaitu dengan melakukan kegiatan publikasi untuk perusahaan atau produk perusahaan salah satunya AC Neo Plasma Plus.

Pemikiran konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi, *public relations*, aktifitas PR, publikasi dalam perspektif *public relations*, efektifitas publikasi PR, media publikasi, media massa. Seluruhnya berkaitan satu dengan yang lainnya, dilihat dari bagaimana seorang *public relations* menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya sebagai bagian dari perusahaan dan juga masyarakat melalui aktivitas publikasinya.

Metodologi yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan dua orang dari pihak PT LG Electronics Indonesia, didukung oleh berbagai data sekunder. Wawancara mendalam ini bertujuan untuk memperoleh fakta dan data mengenai tahapan dari kegiatan dalam mempublikasikan AC Neo Plasma Plus.

Setelah melakukan wawancara mendalam dengan nara sumber mengenai mengidentifikasi masalah, mengidentifikasi tujuan, mengidentifikasi khalayak, mengembangkan strategi, perencanaan pelaksanaan, perencanaan waktu, anggaran dana, dan evaluasi keberhasilan publikasi, diketahui bahwa kegiatan publikasi yang dilakukan disampaikan dengan kegiatan *paid publicity* dan *pure publicity* (*Press conference, Launching product, Talk Show*). Dan menghasilkan *news value* terhadap produk sebagai AC yang melumpuhkan virus flu burung dan hemat listrik dibandingkan produk AC kompetitor.