

ABSTRACT

Every company wants to have a good reputation. As a new TV station, naturally NET wants to achieve the same thing because a good reputation will allow NET TV to compete with the existing TV stations. Television is an audio-visual media, but it has limited broadcast reach. That's where the Public Relations play its role. This research's goal is to find out the activities strategy done by NET TV's PR team in building the company's reputation. This research uses Ronald D. Smith's Public Relations strategic planning that is better known as "The Nine Steps of Strategic Public Relations". This research uses qualitative approach on case study method. The result shows that NET TV Public Relations team uses proactive strategy. It consists of action strategies that requires participation from the audience in several activities such as: studio visit, citizen journalism, road shows and special events like NET Fest and Suara untuk Negeri. Meanwhile, the communication strategies are done by providing useful information in press conference or press release.

Keywords: Activities Strategic, Reputation, NET TV, Public Relations, Media industry



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Memiliki reputasi yang baik menjadi harapan bagi setiap perusahaan, termasuk juga NET sebagai media televisi baru. Memiliki reputasi yang baik akan menjadikan NET TV mampu bersaing dengan televisi yang sudah ada sebelumnya. Meskipun televisi merupakan media yang dapat dilihat dan didengar secara langsung, namun keterbatasan jangkauan siaran menjadikan televisi membutuhkan *Public Relations* untuk membangun reputasinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi aktivitas yang dilakukan oleh *Public Relations* NET TV dalam membangun reputasi industri media. Penelitian ini menggunakan model perencanaan strategi *Public Relations* dari Ronald D. Smith, yaitu "*The Nine Steps of Strategic Public Relations*". Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan menggunakan studi kasus. Dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi yang digunakan oleh *Public Relations* NET TV adalah strategi proaktif. Terdiri dari *Action strategies*, dilakukan dengan partisipasi audiens melalui kunjungan studio, *Citizen Journalism*, roadshow serta *special event* seperti NET Fest dan Suara Untuk Negeri. Sedangkan *communication strategies* dilakukan dengan memberikan informasi yang berguna, baik dalam bentuk konferensi pers ataupun *press release*.

Kata kunci: Strategi Aktivitas, Reputasi, NET TV, *Public Relations*, Industri Media

UNIVERSITAS
MERCU BUANA