



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Rifachni Puspa Devy
44214120007

Strategi *Public Relations* Lintasarta dalam membangun kerjasama dengan mahasiswa Indonesia dalam bidang ICT
Jumlah Halaman: CXII+ 119 Pages
Bibliografi: 58 acuan, Tahun 2001-2019

ABSTRAK

Perkembangan kondisi teknologi saat ini yang semakin maju dan banyaknya mahasiswa Indonesia memiliki potensi dalam bidang ICT (*Information and Communication Technology*) yang membuat *startup B2C (Business to Customers)* dengan berbagai solusi dan jasa yang ditawarkan, namun sifat bisnisnya yang masih *bubble* (Cepat tumbuhnya namun cepat juga hilangnya).

Melihat perkembangan tersebut Lintasarta Sebagai perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang ICT dengan target pasar corporate atau B2B (*Business to Business*) ingin merangkul mahasiswa Indonesia untuk bekerjasama dengan Lintasarta melalui program tanggung jawab sosial yang bertujuan untuk menciptakan startup B2B (*Business to Business*) dengan memberikan mentoring kepada peserta mahasiswa dalam mengembangkan ide kreatifitas dan inovasinya.

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui hasil dari strategi *Public Relations* Lintasarta dalam membangun kerjasama dengan mahasiswa Indonesia dalam bidang ICT. Tipe penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif Kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam dengan informan.

Hasil penelitian ini membahas mengenai bagaimana startegi *public relations* dalam membangun kerjasama dengan mahasiswa Indonesia dalam bidang ICT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui startegi *public relations* yang dilakukan, peserta mahasiswa Indonesia dapat merasakan manfaatnya dengan mendapatkan pengetahuan lebih dan fasilitas untuk dapat mengembangkan ide inovasi dan kreatifitas bisnis yang dimilikinya. Tim startup yang terpilih akan mendapatkan kesempatan untuk *partnership* dengan Lintasarta dan Lintasarta akan memperkenalkan produk yang dibuat oleh para startup terpilih kepada pelanggan Lintasarta. Sehingga manfaat dapat dirasakan dari kedua belah pihak.

Kata Kunci: Startup, Strategi *Public Relations*, ICT (*Information and Communication Technology*)



Mercu Buana University
Faculty of Communication
Public Relations Program Study
Rifachni Puspa Devy
44214120007

Lintasarta's Public Relations Strategy in building cooperation with Indonesian students in the ICT field
Number of pages: CXII+ 119 Pages
Bibliografi : 58 references, Year 2001-2019

ABSTRACT

The current development of technological conditions is increasingly advanced and the number of Indonesian students has potential in the field of ICT (Information and Communication Technology) that makes B2C (Business to Customers) startups with various solutions and services offered, but the nature of the business is still bubble (Fast growing but fast also loss).

Seeing these developments Lintasarta as an Indonesian company engaged in ICT with a corporate or B2B (Business to Business) market target, it wants to collaborate with Indonesian students with Lintasarta through a social responsibility program that aims to create B2B (Business to Business) startups by mentoring student participants in developing their creativity and innovation ideas.

The research conducted aims to determine the results of Lintasarta's Public Relations strategy in building cooperation with Indonesian students in the ICT field. This type of research uses descriptive qualitative research. The techniques for collecting data are in-depth interviews with informants.

The results of this study discuss how public relations strategies in building cooperation with Indonesian students in the ICT field. The results of the study showed that through the public relations strategy that was carried out, Indonesian student participants could feel the benefits by getting more knowledge and facilities to be able to develop their ideas of innovation and business creativity. The selected startup team will get the opportunity to partner with Lintasarta and Lintasarta to introduce the products made by selected startups to Lintasarta customers. So that benefits can be felt from both parties.

Keywords: Startup, Public Relations Strategy, ICT (Information and Communication Technology)