



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Inggrit Novia
44214110061

Strategi Public Relations Dalam Memperbaiki Citra Lucy In The Sky di SCBD Jakarta Selatan Tahun 2018: 5 Bab, 91 hal + Lampiran + 26 buku + 1 internet.

ABSTRAK

Industri hiburan malam yang kini berkembang pesat menawarkan tempat, musik, makanan dan minuman dikarenakan meningkatnya taraf hidup dan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia, membuat dunia hiburan sangat dibutuhkan pada masa ini. Karena persaingan industri hiburan yang begitu ketat, perusahaan membutuhkan Public Relations untuk menumbuhkan citra positif bahkan mempertahankan hingga memperbaiki citra tersebut untuk menjaga keloyalitan konsumen.

Teori bauran Public Relations atau PENCILS adalah sebuah strategi PR dalam melaksanakan tugas, peran dan fungsinya sesuai pada jalurnya dan didalam konsep ini memiliki komponen-komponen yang saling berhubungan dalam praktek kerja PR. Sementara citra perusahaan dapat terlihat dari pendapat atau pola pikir pada saat mempersepsikan realitas yang terjadi. Teori tersebut membantu menjawab permasalahan penelitian.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan adalah wawancara pada PR dan dua orang konsumen Lucy In The Sky. Dimana peneliti mengumpulkan data dengan wawancara mendalam dengan menggunakan purposive sampling.

Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa demi memperbaiki citranya dimata publik, Public Relations Lucy In The Sky melakukan promosi dan mengadakan acara mingguan atau bulanan demi menarik perhatian khalayak dan mempertahankan pelanggan yang sudah loyal. Sementara memperketat aturan dilakukan demi mengubah pandangan masyarakat sekitar terhadap Lucy In The Sky.

Kata Kunci: Public Relations, Citra Perusahaan, Loyalitas Konsumen.