



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations

Taufik Ismail
44217120033

Strategi *Public Relations* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Dalam Mengkomunikasikan *Campaign “BecauseYouMatter”* Melalui Akun Media Sosial Instagram @garuda.indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19
Bibliografi : 5 Bab 128 Hal + Lampiran + 25 Buku + 11 Web + 14 Jurnal

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi karena adanya pandemi Covid-19 yang telah mengantarkan industri penerbangan pada titik terendah sepanjang sejarah. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk melakukan pemetaan ulang strategi dan program kerja untuk mempertahankan kelangsungan usaha dan menghadapi tantangan saat ini. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk menyadari bahwa sangat penting untuk memahami kebiasaan pelanggan untuk memberikan rasa aman dan nyaman, hal ini merupakan transisi yang harusnya mudah tetapi karena adanya pandemi Covid-19 menjadi permasalahan perusahaan.

Konsep yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan teori langkah prosedural strategi *Public Relations* oleh Cutlip, Center and Broom pada bukunya yang berjudul *Effective Public Relations*, yang diawali oleh Identifikasi Masalah Perencanaan Program, Pelaksanaan Program hingga langkah Evaluasi.

Penelitian ini menggunakan paradigma Konstruktivisme yang memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis dengan pengamatan secara rinci terhadap sosial dalam keseharian yang alamiah. Peneliti ingin mengamati dan memahami bagaimana strategi yang dilakukan divisi *Public Relations* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dalam mengkomunikasikan *campaign*. Pendekatan yang dilakukan penulis adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara. Narasumber utama yang peneliti wawancara adalah divisi *Public Relations* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Hasil dari penelitian menunjukkan pihak *Public Relations* PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk menggunakan *Strategy of Publicity* yang merupakan kampanye untuk penyebaran pesan melalui proses publikasi suatu berita dengan melakukan kerjasama dengan berbagai media massa yang melakukan taktik-taktik tertentu dalam melakukan pemberitaan seperti melakukan rekayasa terhadap suatu berita agar dapat lebih menarik perhatian publik, sehingga dapat menciptakan citra yang baik pada pelanggan dan masyarakat.

Kata Kunci : Strategi *Public Relations*, Sosial Media, Kampanye #BecauseYouMatter

ABSTRACT

This research is backgrounded due to the Covid-19 pandemic which has brought the aviation industry to the lowest point in history. This condition forces the company to re-map its work strategies and programs to maintain business continuity and face current challenges. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk realizes that it is very important to understand customer habits to provide a sense of security and comfort, this is a transition that should be easy but due to the Covid-19 pandemic, it is a company problem.

The concept used in this study uses the theory of procedural steps of Public Relations strategy by Cutlip, Center and Broom in his book entitled Effective Public Relations, which begins with Identifying Program Planning Problems, Program Implementation to Evaluation steps.

This research uses the paradigm of Constructivism which views social science as a systematic analysis with detailed observations of the social in a natural daily life. Researchers want to observe and understand how the strategy carried out by the Public Relations division of PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk in communicating the campaign. The approach taken by the author is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews. The main resource person who was the interview researcher was the Public Relations division of PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

The results of the study showed that the Public Relations of PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk uses the Strategy of Publicity which is a campaign to spread messages through the process of publishing a news by collaborating with various mass media that carry out certain tactics in reporting such as engineering a news story in order to better attract public attention, so as to create a good image in customers and the public.

Keywords: Public Relations Strategy, Social Media, #BecauseYouMatter Campaign