



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Public Relations
Sania Octaviani
44215110127

Aktivitas Media Relations Untuk Menginformasikan PT. Lamudi Classifieds Indonesia Kepada Masyarakat Luas

Jumlah Halaman : 5 Bab 107 Halaman + 6 Lampiran

Bibliografi : 26 Buku tahun 2008 – 2011 + 2 Jurnal + 6 Internet

ABSTRAK

Media merupakan salah satu sarana untuk menyampaikan informasi tentang perusahaan, sehingga bisa dikenal masyarakat luas, khususnya target khalayaknya. PT. Lamudi Classifieds Indonesia merupakan perusahaan *start up* di bidang properti, yang berdasarkan *website* indozone.id menempati peringkat ke empat untuk situs properti online. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Aktivitas Media Relations untuk menginformasikan PT. Lamudi Classifieds Indonesia kepada masyarakat luas.

Teori atau konsep yang digunakan adalah konsep aktivitas media relations untuk menginformasikan perusahaan kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui dua macam cara, yakni pengumpulan data primer melalui wawancara mendalam (*indept interview*) dan pengumpulan data sekunder melalui hasil – hasil dokumentasi berbagai aktivitas *media relations* untuk menginformasikan perusahaan ke masyarakat luas.

Hasil penelitian dari wawancara dengan divisi *Public Relations* adalah *public relations* telah menggunakan media online dan media cetak pada periode 2019, dan kegiatan tersebut telah mendatangkan 25 media pada kegiatan *press luncheon*.

Kata Kunci : Aktivitas, media relations, Menginformasikan, Masyarakat Luas



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Public Relations
Sania Octaviani
44215110127

Aktivitas Media Relations Untuk Menginformasikan PT. Lamudi Classifieds
Indonesia Kepada Masyarakat Luas
Number of Pages : 5 chapters 107 pages + 6 attachment
Bibliography : 26 Books from 2008 – 2011 + 2 Journals + 6 websites

ABSTRACT

The media is one means to convey information about the company, so that it can be known to the wider community, especially the target audience. PT. Lamudi Classifieds Indonesia is a start-up company in the property sector, based on the indozone.id website the company ranks fourth for online property sites. Therefore, this study aims to find out how Media Relations Activities to inform PT. Lamudi Classifieds Indonesia to the wider community.

The theory or concept used is the concept of media relations activities to inform the company to the wider community. This study uses a qualitative descriptive research type with a case study method with data collection techniques in two ways, namely primary data collection through in-depth interviews and secondary data collection through the documentation of various activities media relations to inform the company to the wider community.

The results of the interviews with the Division of Public Relations is that the public relations have been using online media and print media in the period of 2019, and these activities bringing in 25 media to the press luncheon activities.

Keywords: Activities, media relations, Informing, society at large